

MATRIZes

ISSN 1982-8160

DOSSIÊ:

*Novas Perspectivas em
Teorias da Comunicação*

Lev Manovich

John B. Thompson

Lucrécia D'Alessio Ferrara

Mônica Rebecca Ferrari Nunes

Sheila Schvarzman

ENTREVISTA:

José Luis Fernández

por Clotilde Perez

e Maurício Gomes De Faria



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Reitor: Carlos Gilberto Carlotti Junior

Vice-Reitora: Maria Armanda do Nascimento Arruda

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Diretora: Brasilina Passarelli

Vice-Diretor: Eduardo Henrique Soares Monteiro

COMISSÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO (CPG)

Presidente: Mario Rodrigues Videira Junior

Vice-Presidente: Maria Clotilde Perez Rodrigues

COMISSÃO COORDENADORA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA USP (CCP)

Coordenadora: Profa. Dra. Maria Clotilde Perez Rodrigues

Vice-coordenadora: Profa. Dra. Maria Cristina Palma Mungiolli

Membros Titulares

Profa. Dra. Maria Aparecida Ferrari

Profa. Dra. Maria Clotilde Perez Rodrigues

Profa. Dra. Maria Cristina Palma Mungiolli

Profa. Dra. Roseli Aparecida Fígaro Paulino

Membros Suplentes

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

Profa. Dra. Daniela Osvald Ramos

Prof. Dr. Luiz Alberto Beserra de Farias

Prof. Dr. Richard Romancini

Representação Discente: Karla de Melo Alves Meira

Suplente: Carolina Ferraz da Silva

Secretária: Maria das Graças Sousa

MATRIZES

REVISTA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, Bloco 22, sala 24
Cidade Universitária, Butantã, CEP 05508-900, São Paulo - SP
Tel.: 55 (11) 3091.8657
e-mail: matrizes@usp.br

www.matrizes.usp.br

e-ISSN: 1982-8160

ANO 18 – Nº 2 mai./ago. 2024

apoio: 

As opiniões expressas nos artigos são de inteira responsabilidade de seus autores. Todo material incluído nesta revista tem a autorização expressa dos autores ou de seus representantes legais. Qualquer parte dos artigos da revista pode ser reproduzida desde que citados autor e fonte.



MATRIZES www.matrizes.usp.br

Diretora: Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Universidade de São Paulo)

Editoria Científica:

Ana Carolina Damboriarena Escosteguy (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)

Isabel Ferin Cunha (Universidade de Coimbra)

Luciano Guimarães (Universidade de São Paulo)

Maria Clotilde Perez Rodrigues (Universidade de São Paulo)

Maria Ignes Carlos Magno (Universidade Anhembi Morumbi)

Raúl Fuentes Navarro (Universidad de Guadalajara e Universidad Jesuita de Guadalajara)

Richard Romancini (Universidade de São Paulo)

Roseli Figaro (Universidade de São Paulo)

Wagner Souza e Silva (Universidade de São Paulo)

Editores Executivos:

Luciano Guimarães (Universidade de São Paulo)

Wagner Souza e Silva (Universidade de São Paulo)

Assistentes Editoriais:

Caroline Tiemi Moryama (Universidade de São Paulo)

Blanca Luígia Capucho Marinho (Universidade de São Paulo)

Conselho Científico - Membros Honorários

Albino Rubin (Universidade Federal da Bahia, Brasil)

Armand Mattelart (Université Paris VIII, França)

Etienne Samain (Universidade Estadual de Campinas, Brasil)

Gabriel Cohn (Universidade de São Paulo, Brasil)

Graham Murdock (London School of Economics, Inglaterra)

Giovanni Bechelloni (Università degli Studi di Firenze, Itália)

Henry Jenkins (University of Southern California, EUA)

John B. Thompson (University of Cambridge, Inglaterra)

José Teixeira Coelho (Universidade de São Paulo, Brasil) (*in memoriam*)

Klaus Bruhn Jensen (University of Denmark, Dinamarca)

Jesús Martín-Barbero (Universidad Javeriana de Bogotá, Colômbia) (*in memoriam*)

Lucia Santaella (Pontifícia Universidade Católica-São Paulo, Brasil)

Massimo Canevacci (Università di Roma - La Sapienza, Itália)

Muniz Sodré (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil)

Néstor García Canclini (Universidad Autónoma Metropolitana de México, México)

Renato Janine Ribeiro (Universidade de São Paulo, Brasil)

Conselho Científico - Membros Efetivos:

Adilson Citelli (Universidade de São Paulo, Brasil)

André Lemos (Universidade Federal da Bahia, Brasil)

Aníbal Bragança (Universidade Federal Fluminense, Brasil) (*in memoriam*)

Antonio Fausto Neto (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil)

Arlindo Machado (Universidade de São Paulo, Brasil) (*in memoriam*)

Bernard Miège (Université Stendhal, França)

Catarina Duff Burnay (Universidade Católica de Portugal, Portugal)

Charo Lacalle (Universidad Autónoma de Barcelona, Espanha)

Ciro Marcondes Filho (Universidade de São Paulo, Brasil) (*in memoriam*)

Cremilda Medina (Universidade de São Paulo, Brasil)

Erick Felinto Oliveira (Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil)

Francisco Rüdiger (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil)

Gilberto Prado (Universidade de São Paulo, Brasil)

Giuseppe Richeri (Università della Svizzera Italiana, Itália)

Guillermo Orozco Gómez (Universidad de Guadalajara, México)

Ismail Xavier (Universidade de São Paulo, Brasil)

James Lull (San Jose State University, Estados Unidos)

José Luiz Braga (Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil)

Juremir Machado da Silva (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil)

Lucrécia d'Alessio Ferrara (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil)

Luiz Cláudio Martino (Universidade de Brasília, Brasil)

Marcus Freire (Universidade Estadual de Campinas, Brasil)

Marcos Palacios (Universidade Federal da Bahia, Brasil)

Margarida M. Krohling Kunsch (Universidade de São Paulo, Brasil)

Marialva Carlos Barbosa (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil)

Mauro Wilton de Sousa (Universidade de São Paulo, Brasil)

Milly Buonanno (Università di Roma - La Sapienza, Itália)

Nilda Jacks (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil)

Norval Baitello (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil)

Raquel Paiva (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil)

Silvia Borelli (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil)

Tereza Quiroz (Universidad de Lima, Peru)

Valerio Fuenzalida Fernández (Pontifícia Universidad Católica de Chile, Chile)

Vera França (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil)

Walmir Barbosa (Universidade Federal do Amazonas, Brasil)

Yvana Fecchine (Universidade Federal de Pernambuco, Brasil)

INDEXADORES

[DIADORIM – Diretório de Políticas Editoriais das Revistas Científicas Brasileiras](#)

[DOAJ – Directory of Open Access Journals](#)

[EBSCO](#)

[ERIEHPLUS – European Reference Index for the Humanities and Social Sciences](#)

[EUROPUB](#)

[EZB – Eletronic Lournals Library](#)

[FUNARTE – Fundação Nacional de Artes](#)

[GOOGLE ACADÊMICO](#)

[HAL – Accès aux données de reference de HAL](#)

[J4F – Journals For Free](#)

[LATININDEX – Sistema Regional de Información en línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal](#)

[LATINREV – Red latinoamericana de revistas académicas en ciencias sociales y humanidades](#)

[MIAR – Information Matrix for the Analysis of Journals](#)

[MIGUILIM – Diretório das Revistas Científicas Eletrônicas Brasileiras](#)

[OPEN SCIENCE](#)

[PERIÓDICOS CAPES](#)

[RCAAP – Repositório Científico der Acesso Aberto de Portugal](#)

[REDALYC – Red de Revistas Científicas de Acceso Abierto Diamante](#)

[REDIB – Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico](#)

[RESEARCHBIB – Academic Resource Index](#)

[REVISCOM – Red Confibercom de Revistas Científicas de Comunicación](#)

[ISSN PORTAL](#)

[WIKIDATA](#)

[WORLDCAT](#)

**Ficha catalográfica elaborada pelo Serviço de Biblioteca
e Documentação – ECA/USP**

MATRIZES / Revista do programa de Pós-Graduação
em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo.
– Ano 18, nº 2 (mai./ago. 2024) - São Paulo : ECA/USP/: 2024
– PDF

Quadrimestral
e-ISSN 1982-8160

1. Comunicação
1. Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes

CDD – 23 ed. - 302.2

Elaborado por: Alessandra Vieira Canholi Maldonado – CRB-8/6194

Sumário

- 1 EDITORIAL**
Novidades e desdobramentos na pesquisa comunicacional
RICHARD ROMANCINI

DOSSIÊ

- 7 Separar e Remontar: IA generativa através das lentes das histórias da arte e da mídia**
LEV MANOVICH
- 19 A Peregrinação a Sand Hill Road: Investimento de capital de risco em startups de tecnologia relacionadas ao setor editorial**
JOHN B. THOMPSON
- 47 A Dramaturgia de Flusser**
LUCRÉCIA D'ALESSIO FERRARA
- 65 Memória do futuro como fenômeno de imprevisibilidade em Iúri Lotman**
MÔNICA REBECCA FERRARI NUNES
- 87 O protagonismo negro enfim faz sucesso: A autorrepresentação em Medida Provisória e Marte Um**
SHEILA SCHVARZMAN

ENTREVISTA

- 113 Navegar, mas também mergulhar: o som em profundidade por José Luis Fernández**
JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ
CLOTILDE PEREZ
MAURÍCIO GOMES DE FARIA

- 123** **Práticas políticas juvenis: Fundamentos e preceitos**
SILVIA H. S. BORELLI
ROSE DE MELO ROCHA
SIMONE LUCI PEREIRA
- 145** **A cobertura noticiosa de crianças e jovens em códigos de ética**
PAULO MARTINS
- 169** **Os desafios de comunicação pública das ciências na mutação climática**
THAÍ S BRIANEZI
- 193** **O jornalismo como arma de “ação psicológica”:
Folha de S.Paulo e a luta contra a “subversão” na ditadura**
ANDRÉ BON SANTO
- 213** **Objeto de memória como categoria de análise de capas de disco**
HEROM VARGAS
- 229** **Campanhas de prevenção ao suicídio e recepção por jovens universitários**
RÔMULO OLIVEIRA TONDO
ELISA REINHARDT PIEDRAS
PEDRO VIEIRA DA SILVA MAGALHÃES
- 253** **Uma abordagem discursiva das estratégias de legitimação do telejornalismo**
CLARISSA SCHWARTZ
EUGENIA MARIANO DA ROCHA BARICHELLO
- 279** **Sabotagem: O futebol de Torquato Neto em Vida, Paixão e Banana Do Tropicalismo**
HELCIO HERBERT NETO
- 295** **As mulheres da ditadura representadas em *Cova 312***
LAÍSA BISOL
- 315** **A crise das narrativas é também a crise do sujeito em comunidade**
DAVID COSTA

Novidades e desdobramentos na pesquisa comunicacional

A pesquisa das ciências sociais e humanas, em particular, dialoga, fortemente, com a realidade e as preocupações de seu momento histórico, bem como é capaz de influenciar questões centrais com que as sociedades se defrontam. Por vezes, a marca do tempo é mais conjuntural ou imprevista em relação a uma disciplina ou a um campo de conhecimento. Com justificativa social relevante, muitas investigações em Comunicação abordaram e ainda têm estudado aspectos da pandemia de covid-19, a partir de perspectivas da área. Mas há também mutações sociais profundamente associadas ao desenvolvimento da disciplina, em casos talvez mais raros e por isso menos perceptíveis e discutidos. Em situações desse tipo, é possível traçar uma linha de continuidade entre uma questão que parece “nova” e os seus desenvolvimentos de pesquisa e reflexão que se consolidaram em produtos e práticas sociais.

O artigo que abre o *Dossiê* deste número, “Separate and Reassemble: Generative AI through the lens of art and media histories”, de Lev Manovich, a respeito do tema de discussão social do momento, tem como um dos seus pontos altos mostrar, justamente, a significativa história, de várias décadas, da relação entre *dados* e *conhecimento*, a partir da web e, portanto, dos estudos da mídia digital. Vinda de um erudito autor proeminente desse campo, fundador da abordagem da analítica cultural (*cultural analytics*), a discussão é marcada por indagações instigantes: qual a diferença da Inteligência Artificial (IA) como analista da cultura em comparação com um ser humano? A IA pode ser criativa? Como um jovem artista deve se comportar diante da IA? As respostas são reflexivas e autorais, oferecendo caminhos para novas perguntas que geram conexões entre os estudos comunicacionais e os da arte, a partir de perspectivas estéticas sugeridas pela IA.

O segundo artigo da seção, “A Peregrinação a *Sand Hill Road*: Investimento de capital de risco em startups de tecnologia relacionadas ao setor editorial”, de John B. Thompson, representa um desenvolvimento dos estudos feitos pelo autor

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i2p1-4>

nos últimos anos sobre a indústria do livro e os impactos da tecnologia nesse setor. O artigo possui um objeto e uma abordagem que prolongam análises prévias. Assim, destaca o papel das relações entre start-ups de tecnologia do segmento de livros e o capital de risco. Com apoio de um informante do mundo das finanças e discussões sobre os casos antagônicos das empresas Scribd, bem-sucedida, e Oyster, que fracassou, Thompson busca compreender as perspectivas de ambos os lados da relação. Desse ponto de vista, desenvolve estratégias teórico-metodológicas que permitem escapar das limitações dos estudos sobre “inovação tecnológica” que se concentram apenas nas tecnologias. Ao notar que esse tipo de inovação sempre ocorre em um contexto social mais amplo, Thompson elabora e utiliza uma versão própria da teoria de campo, de Bourdieu, como enquadramento do estudo. Esse aspecto teórico é significativo, tendo em vista que poderá inspirar outros trabalhos. Em síntese, ao lado de resultados em si esclarecedores, como sobre a necessidade dos empreendedores se ajustarem a expectativas de seus financiadores relativas ao retorno rápido do capital, o artigo oferece subsídios para novos desenvolvimentos de investigação.

A seção tem continuidade com dois artigos “A dramaturgia de Flusser”, de Lucrécia D’Alessio Ferrara, e “Memória do futuro como fenômeno de imprevisibilidade em Iúri Lotman”, de Mônica Rebecca Ferrari, nos quais os títulos já demonstram o diálogo com pesquisadores importantes na área. No primeiro trabalho, a autora aprofunda-se no estudo d’*A História do Diabo*, de Vilém Flusser, percebida como possível síntese de toda a obra desse autor, discutida sob diferentes dimensões. Já o trabalho de Ferrari procura, tomando como base as propostas de Iúri Lotman, investigar a conceituação e as lógicas que operam a “memória do futuro” na cultura. O estudo é enriquecido por uma análise das traduções semióticas da fotografia produzida por Régis Bossu, “O Beijo”.

Concluindo o *Dossiê* deste número, Sheila Schvarzman, no artigo “O protagonismo negro enfim faz sucesso: A autorrepresentação em *Medida Provisória* e *Marte Um*”, discute os dois filmes do título do trabalho, dirigidos e com atuação de pessoas negras. Ambos foram obras de sucesso no ano de seus lançamentos, 2022, alcançando audiência expressiva, o primeiro filme, e prestígio de crítica, no caso do segundo, que foi o trabalho indicado pelo Brasil ao Oscar. Esse tipo de situação, no contexto de um país diverso etnicamente como o Brasil deve ser saudado, assim como o artigo que discute a temática.

Na continuidade da edição, a *Entrevista* deste número é com o pesquisador José Luis Fernández, da Universidad de Buenos Aires, que, instigado por Clotilde Perez e Maurício Gomes de Faria, expõe suas motivações e aspectos de sua trajetória de investigação, discutindo como contribuições recentes de

perspectivas a respeito da midiatização do som/áudio permitem entender melhor o fenômeno dos podcasts.

A seção *Em Pauta* inicia-se com o artigo “Práticas políticas juvenis: Fundamentos e preceitos”, de Silvia Borelli, no qual a autora apresenta uma revisão crítica de trajetórias de pesquisa sobre práticas políticas de juventudes brasileiras desde os anos 2000. O estudo enfatiza a dimensão cultural e comunicacional relacionada ao tema, evidenciando como aspectos estéticos e políticos se entrelaçam nos processos relacionados a resistências juvenis. Nas conclusões, observa-se a importância de se refletir sobre a expressividade comunicacional ou a potencialidade enunciativa ligadas às práticas políticas juvenis que ocorrem nas cidades e nas redes.

O artigo seguinte, de Paulo Martins, “A cobertura noticiosa de crianças e jovens em códigos de ética”, apresenta resultados de um amplo estudo, utilizando a análise de conteúdo, de códigos de ética jornalística, com a preocupação de verificar quais são os valores e princípios expostos com respeito à cobertura de acontecimentos que envolvem menores de idade e, assim, quais as condutas profissionais que esses códigos recomendam. O autor conclui que, entre os 200 documentos analisados, 128 (64%) apresentam referências diretas ao tema, entre elas, o respeito ao interesse da criança, a proteção da privacidade e o consentimento prévio para contato ou realização de entrevistas, sendo que a principal preocupação é quanto à avaliação de possíveis danos a crianças e jovens, com a recomendação frequente de que a identidade deles seja ocultada, para garantir proteção.

O terceiro trabalho da seção é o ensaio “Os desafios de comunicação pública das ciências na mutação climática”, de Thaís Brianezi, que busca problematizar os desafios de comunicação pública das ciências na mutação climática, com base no pensamento de Bruno Latour. A partir dessa perspectiva, o texto debate a relação intrínseca entre ciência, discurso e representação, apresenta práticas educacionais que oferecem pistas para enfrentar epistemológica e empiricamente os desafios gerais expostos.

Na continuidade, dois artigos voltam-se a diferentes dimensões da questão da memória. No primeiro, André Bonsanto, em “O jornalismo como arma de ‘ação psicológica’: *Folha de S. Paulo* e a luta contra a ‘subversão’ na ditadura”, analisa o papel do jornal na chamada luta “anti-subversiva” da ditadura civil-militar no Brasil, tendo como foco uma campanha de “ação psicológica” intitulada “União Contra a Violência”, realizada em julho de 1969. Já o artigo “Objeto de Memória como Categoria de Análise de Capas de Disco”, de Herom Vargas, procura discutir, a partir de autores ligados aos estudos de memória, comunicação e cultura, a noção de *objeto de memória* como categoria na análise de capas de disco, dentro das relações que envolvem práticas culturais, música e materialidades.

Um estudo de recepção publicitária, “Campanhas de prevenção ao suicídio e recepção por jovens universitários”, de Rômulo Tondo, Elisa Reinhardt Piedras e Pedro Vieira da Silva Magalhães, é o sexto artigo da seção *Em Pauta*. O artigo relata pesquisa qualitativa, envolvendo análises documentais e entrevistas, sobre a temática do título, concluindo que as campanhas têm pouca repercussão entre os jovens estudados, e que sua comunicação, frequentemente, aborda a promoção da saúde mental ao invés da prevenção ao suicídio, reforçando o tabu sobre o tema. Em seguida, o artigo “Uma abordagem discursiva das estratégias de legitimação do telejornalismo”, de Clarissa Schwartz e Eugenia Mariano da Rocha Barichello, identifica e analisa estratégias discursivas utilizadas pelo Jornal Nacional, da Rede Globo, na cobertura de três acontecimentos. O estudo faz uso de propostas teórico-metodológicas de Charaudeau, para compreender os processos de legitimação utilizados no telejornalismo brasileiro.

O artigo seguinte da seção, “Sabotagem: O futebol de Torquato Neto em *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*”, de Helcio Herbert Neto, analisa uma faceta pouco explorada do poeta e letrista: sua relação com o futebol. Isso é feito por meio do estudo de um roteiro de um projeto de programa da TV Globo que nunca foi ao veiculado, examinando as estratégias audiovisuais do roteirista e diretor para essa peça de radiodifusão, de modo a ampliar o horizonte de pesquisas sobre o escritor.

O artigo que encerra a seção é “As mulheres da ditadura representadas em *Cova 312*”, de Laísa Bisol, no qual a autora investiga como se dá a representatividade da mulher no jornalismo literário brasileiro, especialmente considerando o tema da violência, realizando uma análise da obra *Cova 312*, da jornalista Daniela Arbex, que destaca as possibilidades de luta e enfrentamento das mulheres no período histórico em questão.

A edição da Revista é finalizada, na seção *Resenha*, pelo texto de David Costa sobre o livro *A Crise da Narração*, de Byung-Chul Han, de maneira condizente ao tema introduzido no início deste Editorial: como transformações sociais e nas práticas comunicativas sugerem novos desenvolvimentos para a pesquisa da área. Assim, no livro resenhado, a comunicação digital é apontada como fator central do desaparecimento das narrativas autênticas na modernidade. Isso acontece, pois a proliferação de informações nas plataformas digitais gera um consumo excessivo de “narrativas” que faz com as pessoas percam o senso de comunidade e empatia mútua.

Ao fim de mais um número de *MATRIZes*, desejamos que a leitura deste número possa favorecer novos desenvolvimentos e questionamentos elaborados pela pesquisa da Comunicação. ■

Richard Romancini

DOSIÊ

Novas Perspectivas em Teorias da Comunicação



Separar e Remontar: IA generativa através das lentes das histórias da arte e da mídia

Separate and Reassemble: Generative AI through the lens of art and media histories

LEV MANOVICH^a

Universidade da Cidade de Nova York. Nova York, Estados Unidos

RESUMO

A geração de imagens por IA representa uma evolução lógica dos primeiros algoritmos de mídia digital, começando com programas básicos de pintura na década de 1970 e avançando para sofisticados gráficos 3D e softwares de criação de mídia na década de 1990. Os primeiros algoritmos tinham dificuldade para simular materiais e efeitos, mas os avanços nas décadas de 1970 e 1980 levaram a simulações realistas de fenômenos naturais e técnicas artísticas. A IA generativa continua essa tendência, usando redes neurais para combinar e interpolar padrões visuais de conjuntos de dados extensos. Esse método de criação de mídia digital ressalta a natureza modular e distinta das imagens geradas por computador, distinguindo-as da mídia óptica tradicional.

Palavras-chave: Geração de imagens por IA, mídia digital, redes neurais, computação gráfica, IA generativa

^a É professor presidente de Ciência da Computação no Centro de Pós-Graduação da City University of New York e diretor do Cultural Analytics Lab. É autor e editor de 15 livros, incluindo *Artificial Aesthetics*, *Cultural Analytics*, *Instagram and Contemporary Image*, *Software Takes Command* e *The Language of New Media*. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0667-7584>. E-mail: manovich.lev@gmail.com

ABSTRACT

AI image generation represents a logical evolution from early digital media algorithms, starting with basic paint programs in the 1970s and advancing to sophisticated 3D graphics and media creation software by the 1990s. Early algorithms struggled to simulate materials and effects, but advances in the 1970s and 1980s led to realistic simulations of natural phenomena and artistic techniques. Generative AI continues this trend, using neural networks to combine and interpolate visual patterns from extensive datasets. This method of digital media creation underscores the modular and discrete nature of computer-generated imagery, distinguishing it from traditional optical media.

Keywords: AI image generation, digital media, neural networks, computer graphics, generative AI

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i2p7-18>

V.18 - Nº 2 maio/ago. 2024 São Paulo - Brasil LEV MANOVICH p. 7-18

MATRIZES

¹ Os termos mídia generativa, mídia sintética ou IA generativa referem-se ao processo de sintetizar objetos de mídia com redes neurais artificiais.

Exemplos de tais objetos incluem texto, voz, música, modelos 3D, conjuntos de dados e código de computador.

Os termos imagem generativa, imagem de IA ou IA visual referem-se a objetos visuais especialmente sintetizados.

Esses objetos podem ser imagens estáticas que imitam a aparência e a estrutura de todos os tipos de mídia visual, de fotografias a desenhos, e também imagens em movimento que imitam as aparências de animação e vídeo.

A *IMAGEM DE IA*¹ REPRESENTA uma evolução lógica adicional do processo que se iniciou com os algoritmos de mídia digital na década de 70 e prosseguiu nas décadas seguintes. Os primeiros programas de pintura para computador foram criados na década de 1970, mas ainda não conseguiam simular diferentes tipos de tinta, pincéis e superfícies texturizadas como a tela (Smith, 2001, 2021). Porém, durante os anos 90, programas como o Corel Painter (1991-) começaram a oferecer estes recursos (“Corel Painter”, 2024). Da mesma forma, os primeiros algoritmos de computação gráfica 3D para renderização de formas sólidas, sombreado Gouraud (1971) e sombreado Phong (1973), ainda não conseguiam simular a aparência de diferentes materiais. Posteriormente, nas décadas de 1970 e 1980, pesquisadores de computação gráfica criaram vários algoritmos para simular a aparência de diversos materiais e texturas, como tecido, cabelo e pele, bem como sombras, transparência, translucidez, profundidade de campo, reflexos de lente, desfoque de movimento, reflexos, água, fumaça, fogos de artifício, explosões e outros fenômenos naturais e técnicas e efeitos cinematográficos.

A simulação de muitos destes fenômenos e técnicas exige vários algoritmos separados que foram desenvolvidos ao longo do tempo. Assim, encontramos sessões distintas dedicadas a esses algoritmos com nomes como *Volumes and Materials*, *Fluid Simulation* ou *Cloth and Shells* nos anais anuais da SIGGRAPH, a principal conferência de computação gráfica (ACM SIGGRAPH, 2022). Por exemplo, o artigo “Predicting Loose-Fitting Garment Deformations Using Bone-Driven Motion Networks”, apresentado na conferência de 2023, descreve “um algoritmo de aprendizado que usa redes de movimento acionadas por ossos para prever a deformação de malhas de roupas soltas em taxas interativas”. Outro artigo da conferência, “Rendering Iridescent Rock Dove Neck Feathers”, descreve uma nova abordagem para modelagem e renderização de penas de pássaros; e assim por diante.

Em meu artigo de 1992, “Assembling Reality: Myths of Computer Graphics” (Manovich, 1992)² analisei este aspecto fundamental da computação gráfica, explicando que “o fotorrealismo sintético é fundamentalmente diferente do realismo da mídia óptica, sendo parcial e desigual, em vez de analógico”:

A recriação digital de qualquer objeto envolve a solução de três problemas distintos: a representação da forma de um objeto, os efeitos da luz e o padrão de movimento. Para que haja uma solução geral para cada problema, é necessária a simulação exata das propriedades e dos processos físicos subjacentes. Devido a altíssima complexidade matemática, isto não pode ser feito... Na prática, os pesquisadores de computação gráfica recorreram à solução de casos específicos, desenvolvendo

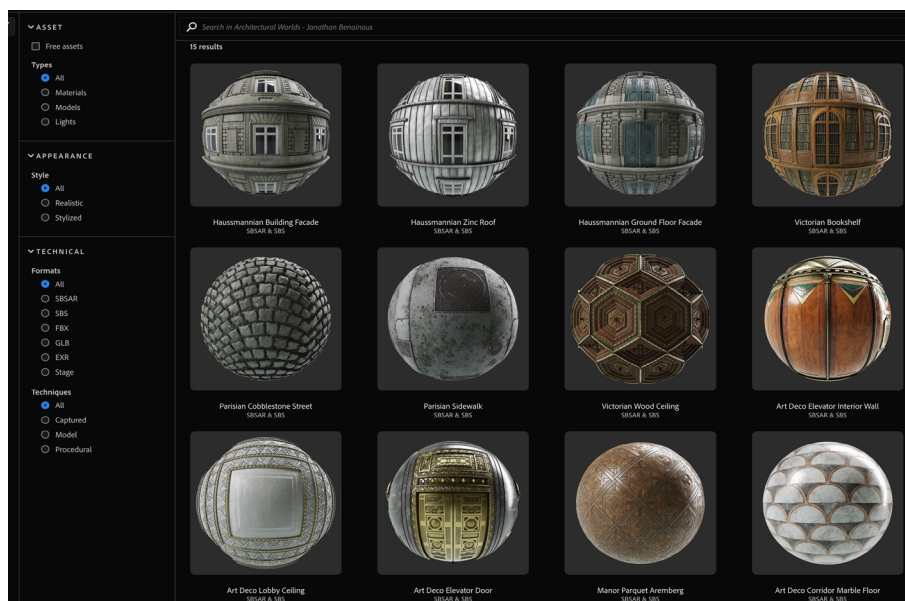
² Consulte também “Part 4: The Illusions” (Manovich, 2002).

vários modelos não relacionados para a simulação de alguns tipos de formas, materiais e movimentos. (Manovich, 1992, pp. 12-14)

Em outras palavras, a computação gráfica 3D divide o mundo que vemos, separando as formas, os materiais, os reflexos de luz, as texturas, os movimentos e os comportamentos dos objetos (Figura 1). Durante a renderização, os efeitos de vários algoritmos que simulam todos esses aspectos são combinados. Assim, *as representações visuais criadas usando computação gráfica são distintas e modulares, em vez de contínuas e “monísticas”*. Essa é uma das características mais importantes da mídia de computação gráfica, distinguindo-a da mídia de imagem óptica baseada em lentes.

Figura 1

Alguns dos milhares de materiais disponíveis no software de criação de conteúdo 3D da Adobe



Nota. Adaptado do autor

Essa lógica de separação e recombinação também define o próximo estágio da mídia digital: softwares para computadores para criação e edição de mídia. Após seu lançamento inicial em 1990, o Photoshop começou gradualmente a incluir efeitos e técnicas simulados de várias mídias artísticas, desde a fotografia

em câmara escura até a pintura a óleo, em um único programa. Esses efeitos podem ser combinados em uma única imagem digital. Da mesma forma, softwares de música permitem que os usuários combinem muitos instrumentos simulados e vários efeitos, como reverberação e eco, em uma única composição. Os programas de processamento de texto e editoração eletrônica separam o processo físico de composição de impressão em suas partes básicas, que também podem ser recombinadas — por exemplo, você pode pegar qualquer fonte e alterar arbitrariamente seu tamanho ou gerar sua própria fonte³.

³ Para uma análise detalhada do software de mídia e suas origens conceituais, consulte Manovich (2013).

Todos esses recursos de software de mídia foram propostos pela primeira vez na década de 1970 e posteriormente realizados nas décadas de 1980 e 1990, tornando-se onipresentes. A mídia geradora de IA segue a mesma lógica, embora sua implementação técnica subjacente seja diferente. Durante o treinamento, as redes neurais aprendem padrões visuais característicos de centenas de mídias artísticas, técnicas e efeitos de iluminação da história da fotografia e da cinematografia e assinaturas visuais de milhares de artistas históricos e contemporâneos, arquitetos, designers de moda e outros criadores. O site de referência Midlibrary lista um total de 367 “técnicas artísticas” que a ferramenta geradora de imagens Midjourney AI pode simular de forma confiável, com base em testes realizados pela equipe do site⁴. Tais técnicas variam de “impressão em albumina” e “anáglo” a “entalhe em madeira” e “renderização de estrutura de arame”.

⁴ Recuperado em 25 de fevereiro de 2024, de <https://midlibrary.io/>.

É importante ressaltar que um usuário pode incluir referências a várias técnicas e/ou vários criadores com um único comando, o que pode gerar novos tipos de efeitos de mídia que não existiam antes. Com base nos meus experimentos, exemplifico alguns exemplos de tais comandos:

- Uso de vários artistas com um único comando: “Gravura panorâmica muito grande e detalhada do século XVIII mostrando uma paisagem no estilo de *Michael Kaluta*, *Kawanabe Kyosai*, *Pieter Bruegel*, o Velho, detalhes insanos, cinematográfica”
- Uso de várias mídias artísticas com um único comando: “Espaço de armazenamento infinito e futurista de museu do século XVIII com objetos de arte nas prateleiras, neve caindo dentro do espaço e neblina, visão de ângulo amplo olhando para baixo, luz noturna suave das 19h, *desenho e gravura* intrincados e detalhados com sombreamento muito fino, *lápiz de cor* sombrio com nuances sutis e *canetas finas*”

A Figura 2 mostra uma captura de tela do site midlibrary.io que mostra algumas das técnicas artísticas, gêneros de arte e “estilos” de pintores, ilustradores, arquitetos, fotógrafos e designers de moda que o Midjourney pode simular. No momento em que este artigo foi escrito, a biblioteca continha cerca de 5.000 referências desse tipo. (Capturado em 24 de março de 2024).

Figura 2

Captura de tela de midlibrary.io



Nota. Adaptado do autor

O teórico pioneiro em mídia digital das décadas de 1990 e 2000, William J. Mitchell, chamou essa característica fundamental da mídia digital de “separar e recombinar”. Em seu livro de 1996, *City of Bits*, ele descreveu esse processo em relação ao planejamento urbano:

Os arquitetos clássicos dos séculos XVIII e XIX lidaram com a tarefa de organizar os espaços criando hierarquias de espaços grandes e pequenos em torno de sistemas de circulação axiais e simétricos conectados a entradas grandes e formais e espaços públicos abertos... os modernistas funcionalistas do século XX muitas vezes derivaram seus *layouts* menos regulares diretamente de requisitos empiricamente estabelecidos de adjacência e proximidade entre os elementos espaciais necessários. Mas quando a telecomunicação por meio de bits rápidos na super via de informações (*infobahn*) complementa ou substitui o movimento dos corpos ao longo das vias de circulação, e quando a telepresença substitui o contato face a face entre os participantes das atividades, os vínculos espaciais que esperávamos são afrouxados. Os elementos constituintes de composições arquitetônicas e urbanas até então bem compactadas podem começar a flutuar livremente uns dos outros e podem potencialmente se realocar e se recombinar de acordo com novas lógicas. (Mitchell, 1996, p. 104)

As palestras de Mitchell nos anos 2000 expandiram essa formulação, demonstrando como a lógica de separação e recombinação pode ser vista na mídia digital de várias maneiras. A IA generativa segue a mesma lógica. Uma rede neural extrai elementos e estruturas de centenas de milhões ou bilhões de imagens em seu conjunto de treinamento. Elas incluem paletas de cores distintas, composições, efeitos de iluminação, artefatos de processos fotográficos históricos e assim por diante. Quando você solicita à ferramenta de imagem de IA que gere novas imagens com atributos visuais específicos, ela faz o possível para combinar (ou, mais precisamente, *interpol*ar) padrões e efeitos artísticos apropriados.

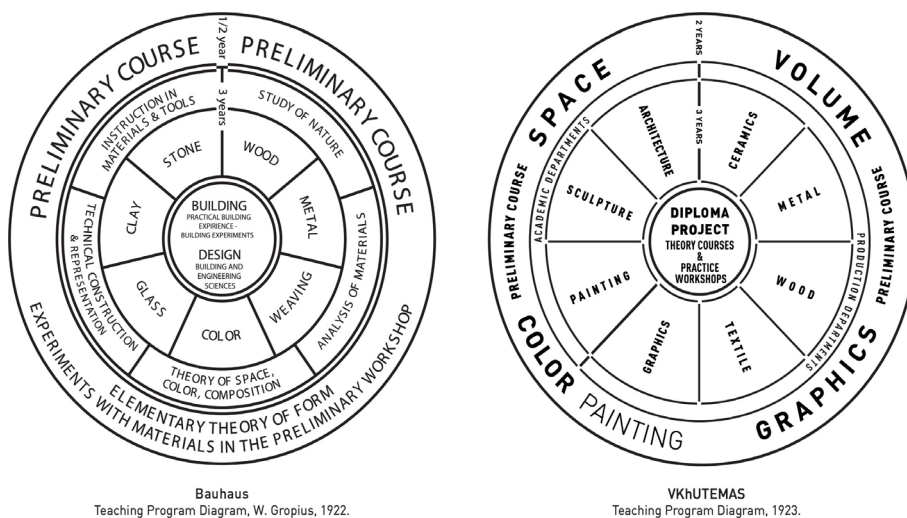
Nenhum historiador, teórico ou praticante de arte visual, fotografia, cinema ou design conseguiu descrever todos esses padrões. No início do século XX, os historiadores de arte pioneiros Aby Warburg e Erwin Panofsky desenvolveram o estudo da Iconologia. Warburg define este conceito como motivos visuais que (re)aparecem em várias civilizações e mídias.

Panofsky o utilizou de forma um pouco diferente, referindo-se a símbolos e motivos que existiram em toda a história da arte. Durante o mesmo período, artistas visuais e arquitetos separaram as artes visuais de uma maneira diferente, decompondo uma imagem em seus componentes e dimensões básicos, como pontos, linhas, planos, formas bidimensionais, cor, espaço, textura, padrão, equilíbrio e balanço, entre outros. Embora este projeto de dismantelamento metódico e criação de novas linguagens visuais

a partir desses componentes seja fundamental para a arte modernista e seus diversos ismos, ele encontra seu desenvolvimento mais metódico nos currículos de duas novas escolas de arte e design. A Escola Superior de Arte e Técnica (Vkhutemas), em Moscou (1920-1930), e a Bauhaus, na Alemanha (1919-1933), introduziram na mesma época seu Curso Básico, no qual os alunos aprendiam a trabalhar sistematicamente com todos esses elementos e dimensões. Em vez de desenhar a partir da vida, pintar retratos ou fazer composições históricas, agora os alunos começavam o treinamento concluindo exercícios com primitivos de imagem, como formas básicas, formas e cores. Na Vkhutemas, o Curso Básico foi criado em 1920 por Rodchenko, Popova, Ekster, Vesnin e outros professores de pintura, arquitetura e outras áreas da escola. Em sua primeira versão, consistia em uma série de oficinas, como “Disciplina de formas e cores sincronizadas”, “Plano, cor e design espacial”, “Construção gráfica em uma superfície plana” e “Cor”. O Curso Básico sofreu diversas modificações durante a existência do Vkhutemas. Por fim, quatro sequências de aprendizado foram aprovadas para todos os alunos do Vkhutemas: Plano, Cor, Volume e Espaço⁵ (Figura 3 e 4).

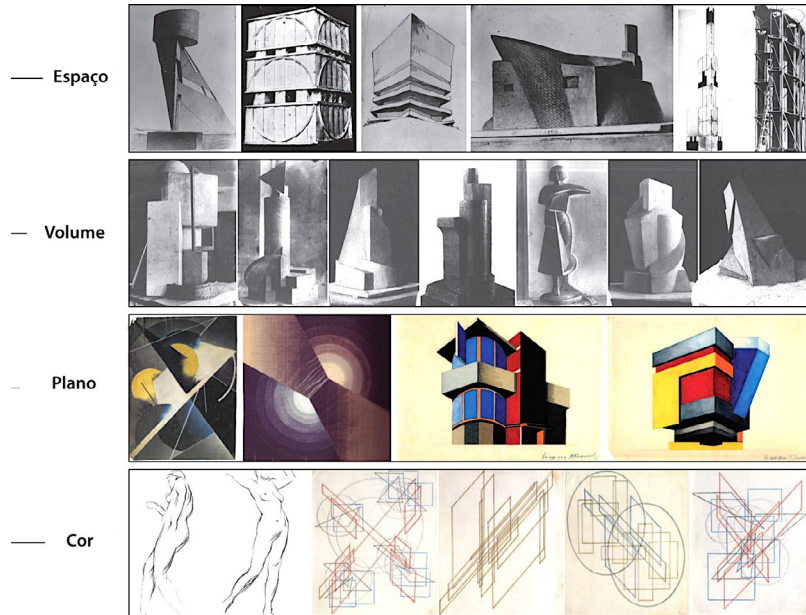
Figura 3

As estruturas dos cursos na Bauhaus e na Vkhutemas. Ambos os currículos começam com o curso básico



Nota. Adaptado do autor

⁵ Consulte Bokov (2021) e Vkhutemas (2020). O Curso Básico dessa escola era mais sistemático e abrangente do que um curso semelhante na Bauhaus; era ministrado por muitos membros diferentes do corpo docente e durava dois anos. Notavelmente, a Vkhutemas era dez vezes maior que a Bauhaus, com 100 professores e 5.000 alunos durante os 10 anos de sua existência, contra apenas 500 alunos na Bauhaus.

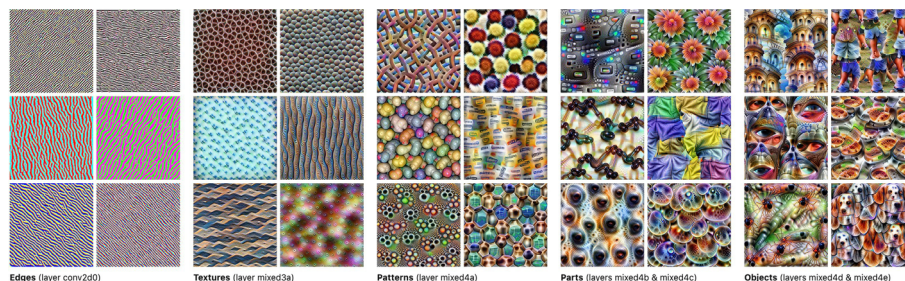
Figura 4*Exemplos de exercícios de alunos na Vkhutemas**Observação. Adaptado de Bokov (2014)*

Em certo sentido, pode-se dizer que os modelos de IA generativa dão continuidade a esses programas de decomposição e análise de artes visuais que começaram no início do século XX. Os algoritmos de inteligência artificial extraem padrões (ou “características”) dos dados de treinamento. Contudo, no momento, não podemos analisar bilhões de parâmetros em uma rede geradora gigantesca e obter um catálogo organizado de todos os padrões que a rede aprendeu (Podell et al., 2023). Na década de 2010, quando as redes neurais eram mais simples e menores, os cientistas conseguiram visualizar o que seus neurônios aprendiam. Por exemplo, a Figura 5 mostra os recursos aprendidos por uma rede treinada para reconhecer objetos em fotografias: Visualização do Google Research mostrando os recursos aprendidos por camadas progressivas de uma rede treinada para reconhecimento de imagens. As primeiras camadas aprendem características básicas, como bordas e texturas (veja a página anterior), e as camadas posteriores aprendem a aparência de partes de objetos e objetos inteiros. Uma rede aprende primeiro a reconhecer as características básicas antes de avançar para o reconhecimento de objetos. Infelizmente, a arquitetura das redes generativas que sintetizam imagens nos impede de “olhar para dentro” dessas redes e visualizá-las da mesma forma⁶.

⁶Para obter uma visão geral dos métodos de visualização de redes profundas disponíveis, consulte Barla (2024).

Figura 5

Visualização do Google Research por camadas progressivas de reconhecimento de imagem



Observação. Adaptado de Olah et al. (2017)

Gostaria de concluir com uma citação relevante do meu livro de 2018 *AI Aesthetics* (Manovich, 2018). Embora naquela época as redes neurais profundas fossem usadas principalmente para classificação e recomendações de mídia, com a revolução da IA generativa ainda a quatro anos de distância, a análise que desenvolvi na seção do livro chamada “AI as a Culture Theorist” tornou-se ainda mais relevante hoje:

[Existe] uma diferença crucial entre um “teórico da cultura de IA” e um teórico/historiador humano. O segundo apresenta princípios explícitos que descrevem o funcionamento de uma área cultural... uma rede neural pode ser treinada para distinguir entre obras de diferentes artistas, estilistas ou diretores de cinema. E também pode gerar novos objetos no mesmo estilo. Mas muitas vezes não sabemos exatamente o que o computador aprendeu... Será que o uso crescente do aprendizado de máquina para criar novos objetos culturais tornará explícitos os padrões em muitos campos culturais existentes dos quais talvez não tenhamos conhecimento? (Manovich, 2018, p. 23)

Para mim, este potencial teórico é um dos aspectos mais interessantes e valiosos da IA generativa, mas teremos que esperar para ver se ele se concretizará no futuro. A IA visual é o quarto efeito significativo de *dados* <–> *conhecimentos* da Web, um acúmulo global de conteúdo cultural com hiperlinks em rede que começou a crescer rapidamente depois de 1993. Embora as pessoas compartilhem textos e imagens na Internet desde a década de 1970, esse processo ganhou velocidade depois de 1993, quando o primeiro navegador visual, o Mosaic, foi lançado em 23 de janeiro do mesmo ano.

Venho observando várias repercussões do crescimento das informações na Web nos 30 anos subsequentes. Se quisermos situar o desenvolvimento da IA visual no início da década de 2020 nessa linha do tempo, aqui estão quatro desses efeitos. Certamente outros também podem ser citados, portanto, esta é apenas uma lista de tecnologias de desenvolvimentos tecnoculturais possibilitadas pela Web nas quais estou particularmente interessado:

1. O primeiro efeito é a mudança da organização categórica, hierárquica e estruturada das informações (exemplificada pelos catálogos de bibliotecas e pelos primeiros diretórios da Web) para os mecanismos de busca no final da década de 1990. Havia tanto conteúdo que organizá-lo de maneiras convencionais não era mais prático, e a busca se tornou o novo padrão. Observe que *a pesquisa na Web baseia-se em uma previsão do que será mais relevante para o usuário*, em vez de fornecer uma resposta precisa e definitiva. Além disso, a IA generativa também é preditiva – ela prevê possíveis textos, imagens, animações ou músicas em resposta à sua pergunta ou solicitação. O regime de certeza absoluta, ou seja, uma verdade versus uma mentira, típico da civilização humana, é substituído por previsões, à medida que a estatística se torna a base das ciências humanas no século XX e da ciência de dados e da IA nas últimas décadas.
2. O segundo efeito relevante é o aumento da popularidade da visualização de dados durante os anos 2000. O campo se consolidou por volta de 2005. Como parte desse desenvolvimento, o novo campo “visualização artística de dados” se desenvolve na mesma década, juntamente com outros novos campos culturais: arte de dados e design de dados. (Em nosso laboratório, criamos *Phototrails*, *Selfiecity* e *On Broadway* em 2012-2014. Essas foram as primeiras visualizações interativas de milhões de imagens do Instagram). Se a pesquisa tenta encontrar os itens mais relevantes no gigantesco universo de dados, a visualização tenta mostrar partes desse universo em uma única imagem, revelando padrões e conexões.
3. O terceiro efeito é o surgimento da “ciência de dados” como a disciplina principal da nova era do Big Data no final dos anos 2000. Embora muitos métodos empregados na ciência de dados já estivessem disponíveis há décadas, o rápido aumento de dados não estruturados nos anos 2000 motivou o desenvolvimento de um campo separado de ciência de dados – a nova e importante profissão da sociedade de dados. Minha própria versão desse estágio é a “analítica cultural”,

a ideia que tive em 2005 e na qual trabalhei durante os 15 anos seguintes em nosso laboratório. Nosso principal método era a visualização de dados, mas agora aplicada a extensas coleções de mídia de fotos, vídeos, filmes, mangás, capas de revistas, imagens do Instagram etc. Chamei esse método de *visualização de mídia*⁷.

⁷ Veja os projetos em <http://lab.culturalanalytics.info>.

4. O próximo, mas certamente não o último, efeito do crescimento do conteúdo digital visual online é a IA generativa, que se tornou popular no início da década de 2020. O Dalle-e foi lançado em 2020, o MidJourney em 2022, o ChatGPT e o preenchimento generativo do Photoshop em 2023, e centenas de outras ferramentas existem atualmente. Um pouco antes, por volta de 2017, um método específico de IA para geração de mídia chamado GAN já havia se popularizado entre artistas digitais.

É importante mencionar que tanto a IA visual quanto a IA generativa em geral se baseiam em 20 anos de trabalho, com os primeiros artigos relevantes publicados em 2001. A ideia principal é usar o universo de conteúdo da Web como fonte de dados para o aprendizado de máquina, sem rotulá-lo, aparecendo no artigo de pesquisa publicado por volta daquela época.

Vejamos que tipo de padrão é estabelecido por esses quatro efeitos. A pesquisa é o primeiro método para lidar com a nova escala de conteúdo na Web. A ciência de dados se concentra em encontrar padrões, relações, agrupamentos e exceções em *big data*, além de prever dados futuros. A visualização de dados tenta resumir os conjuntos de dados visualmente. E agora a IA generativa explora o “*big content*” de outra forma, gerando novo conteúdo que combina muitos padrões da mídia existente.

Em outras palavras, a IA generativa sintetiza um novo conteúdo que tem propriedades estatísticas semelhantes às do conteúdo existente. Mas não se trata de uma cópia do que já existe. A IA gera novo conteúdo (textos, imagens, animações, modelos 3D, música, canto etc.) interpolando entre pontos existentes no espaço latente. Esse espaço contém vários padrões e estruturas extraídos por redes artificiais de bilhões de pares imagem-texto, trilhões de páginas de texto e outras grandes coleções de artefatos culturais humanos existentes. A IA prevê o que pode existir entre esses pontos no espaço de padrões. Por exemplo, ela pode prever uma “pintura” feita pelos artistas A, B, C, usando técnicas D e E, com conteúdo F, G e E, com determinada atmosfera, cores M-N, proporção W, composição K etc.

É digno de nota que todos os três desenvolvimentos anteriores abordam o *big data* resumindo-o. A pesquisa na Web reduz bilhões de páginas da Web aos principais resultados. A visualização de dados os reduz a um diagrama. A ciência de dados os reduz usando estatísticas resumidas, análise de agrupamento,

regressão ou projeção de espaço latente. Mas a IA visual está fazendo algo novo. Ela também reduz primeiro o *big data* durante o aprendizado e então gera novos pontos de dados.

Uma maneira de resumir tudo isso é dizer que passamos da pesquisa probabilística para a geração de mídia probabilística: 1999 a 2022. Mas certamente a IA generativa não é o último efeito da existência de dados da Web; outros provavelmente surgirão no futuro. ■

REFERÊNCIAS

- ACM SIGGRAPH. (2022). *SIGGRAPH '22: ACM SIGGRAPH 2022 Conference Proceedings*.
- Barla, N. (2024, May 14). *How to visualize deep learning models*. Neptune.ai. <https://neptune.ai/blog/deep-learning-visualization>
- Bokov, A. (2014). *VKhUTEMAS training*. Pavilion of the Russian Federation at the 14th International Architecture Exhibition.
- Bokov, A. (2021). *Avant-garde as method: Vkhutemas and the pedagogy of space, 1920-1930*. Park Books.
- Corel Painter. (2024, July 5). In *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Corel_Painter
- Manovich, L. (1992). Assembling reality: Myths of computer graphics. *Afterimage*, 20(2), 12-14.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT press.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.
- Manovich, L. (2018). *AI aesthetics*. Strelka Press.
- Mitchell, W. J. (1996). *City of bits: Space, place, and the Infobahn*. MIT press.
- Olah, C., Mordvintsev, A., & Schubert, L. (2017, November 7). Feature visualization: How neural networks build up their understanding of images. *Distill*. <https://doi.org/10.23915/distill.00007>
- Podell, D., English, Z., Lacey, K., Blattmann, A., Dockhorn, T., Müller, J., Penna, J., & Rombach, R. (2023). *SDXL: Improving latent diffusion models for high-resolution image synthesis*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2307.01952>
- Smith, A. R. (2001). Digital paint systems: An anecdotal and historical overview. *IEEE Annals of the History of Computing*, 23(2), 4-30. <https://doi.org/10.1109/85.929908>
- Smith, A. R. (2021). *A biography of the pixel*. MIT Press.
- Vkhutemas. (2020, June 25). *Main course*. <https://www.vkhutemas.ru/en/structure-eng/faculties-eng/main-course/>

Artigo recebido em 03 de julho de 2024 e aprovado em 14 de agosto de 2024

A Peregrinação a *Sand Hill Road*: Investimento de capital de risco em startups de tecnologia relacionadas ao setor editorial^a

The pilgrimage to Sand Hill Road: Venture capital investment in publishing-related tech startups

JOHN B. THOMPSON^b

University of Cambridge, Cambridge, Reino Unido

RESUMO

Muitos empreendedores no mundo das startups de tecnologia buscam financiamento de capital de risco para estabelecer e expandir seus negócios, mas esse pode ser um processo repleto de desafios e carregado de consequências a longo prazo. A maioria das tentativas de obter financiamento de capital de risco falhará, e a maioria das startups financiadas por capital de risco não terá sucesso. Além disso, as startups que conseguirem esse tipo de financiamento tenderão a seguir uma trajetória de desenvolvimento muito diferente da de muitas empresas tradicionais. Este artigo busca esclarecer a relação única e especial entre o capital de risco e as startups de tecnologia, com foco em um subconjunto específico: aquelas relacionadas à indústria editorial de livros. A análise abrange tanto a perspectiva de um capitalista de risco bem estabelecido no Vale do Silício e financiador de startups de tecnologia, quanto a perspectiva dos empreendedores que buscam garantir financiamento de capital de risco. Ao examinar essa relação sob ambas as óticas, podemos entender por que alguns empreendedores conseguem captar recursos enquanto outros não. Também podemos compreender por que as trajetórias de desenvolvimento das startups financiadas por capital de risco são significativamente diferentes das de muitas empresas tradicionais e explicar por que algumas dessas empresas financiadas por capital de risco falham, enquanto outras, competindo em um mercado semelhante e em condições aparentemente equivalentes, sobrevivem e prosperam.

Palavras-chave: startups de tecnologia, capital de risco, publicação, Silicon Valley, Sand Hill Road

^a Trata-se de versão traduzida pela empresa Tikinet, do original em inglês "The pilgrimage to Sand Hill Road: Venture capital investment in publishing-related tech start-ups", originalmente publicado em Thompson, J. B. (2022). "The pilgrimage to Sand Hill Road: Venture capital investment in publishing-related tech start-ups", *Media Industries*, 9(2), 5. <https://doi.org/10.3998/mij.1444>

^b Professor Emérito de Sociologia na University of Cambridge e Membro Emérito do Jesus College (Reino Unido). E-mail: jbt1000@cam.ac.uk

ABSTRACT

Many entrepreneurs in the world of tech start-ups seek venture capital funding to establish and grow their businesses, but this can be a process fraught with difficulties and laden with long-term consequences. Most attempts to secure VC funding will fail, and most start-ups that are VC funded will not succeed. Moreover, start-ups that do secure VC funding will tend to find themselves on a developmental trajectory that is very different from that of many traditional businesses. This paper seeks to shed light on the unique and special relationship between venture capital and tech start-ups by focusing on a particular subset of tech start-ups: those that are related to the book publishing industry. It examines this relationship both from the viewpoint of a well-established venture capitalist in Silicon Valley who funds tech start-ups and from the viewpoint of entrepreneurs who are trying to secure VC funding. By examining this relationship from both points of view, we can understand why some entrepreneurs succeed in raising funds and others don't. We can also understand why the developmental trajectories of VC-funded start-ups are very different from those of many traditional businesses and we can explain why some VC-funded businesses fail while others, competing in a similar space in seemingly similar conditions, survive and flourish.

Keywords: Tech start-ups, venture capital, publishing, Silicon Valley, Sand Hill Road

A MEDIDA QUE A revolução digital ganhava força na década de 1990 e no início dos anos 2000, seu impacto sobre as empresas de mídia tradicionais e os ambientes mais amplos em que essas empresas operavam tornou-se cada vez mais evidente. As empresas de mídia foram particularmente vulneráveis aos efeitos da revolução digital, uma vez que lidavam principalmente com conteúdos simbólicos que podiam ser digitalizados. Consequentemente, seu principal ativo – o conteúdo simbólico – foi rapidamente capturado pelas novas formas de processamento e transmissão de informação desenvolvidas pelas tecnologias baseadas em computador. O impacto da digitalização variou significativamente de uma indústria de mídia para outra, e mesmo dentro de diferentes setores de uma mesma indústria, dependendo de uma série de fatores e condições muitas vezes específicos de certas indústrias e setores. Seria um equívoco presumir que o impacto da digitalização foi uniforme, ou mesmo semelhante, entre as diversas indústrias e setores de mídia¹. Além de seu efeito nas indústrias de mídia tradicionais, a revolução digital também criou oportunidades para novos *players* ingressarem em campos que as organizações de mídia tradicionais há muito consideravam conquistados. As barreiras à entrada, que anteriormente ofereciam certa proteção às organizações de mídia tradicionais, estavam se

¹ Lotz (2021) destaca bem esse ponto.

desgastando ou sendo eliminadas. Essas organizações depararam-se com uma infinidade de novas startups, algumas buscando colaboração, enquanto outras se posicionavam como concorrentes. O mundo delas estava mudando rapidamente, e muitas vezes era difícil distinguir entre amigos e inimigos – e, em alguns casos, esses papéis se confundiam.

Enquanto a indústria musical e a indústria jornalística foram rapidamente e dramaticamente perturbadas pela revolução digital, a indústria editorial de livros também foi profundamente impactada, embora de maneiras complexas e específicas a esse setor. No final da década de 1990 e início dos anos 2000, o ambiente de varejo na indústria editorial de livros foi transformado por uma startup tecnológica que utilizou a tecnologia digital e a Internet para revolucionar a cadeia de abastecimento de livros. Com um início modesto em uma garagem de Seattle, a Amazon rapidamente se tornaria o maior varejista do mundo e a organização mais poderosa que a indústria editorial de livros já conheceu. De repente, a mais antiga das indústrias de mídia havia sido invadida por uma gigante tecnológica e as editoras lutavam para lidar com as reverberações. No entanto, a Amazon não era a única empresa de tecnologia perturbando a indústria editorial de livros: dezenas de startups de tecnologia emergiam dentro e fora do setor editorial, experimentando com novas tecnologias e buscando maneiras de criar novos produtos e serviços em uma indústria que permaneceu praticamente inalterada, em termos de estruturas básicas e modelos de receita, por vários séculos. As atividades dessas startups variavam de hardware a software, de e-books a aplicativos, de autopublicação e *crowdfunding* a serviços de assinatura, de marketing online a mídias sociais. Em uma indústria onde o valor estava atrelado a conteúdo baseado em texto que poderia ser transformado em 0s e 1s, as oportunidades para desenvolver novas formas de criação, produção e distribuição de conteúdo eram consideráveis. A indústria editorial de livros estava se preparando para uma ou duas décadas de interferência digital que poderiam ser tão radicais quanto as que transformavam outros setores de mídia e indústrias criativas.

Foi neste contexto que comecei a trabalhar na revolução digital na indústria editorial de livros. Eu já havia analisado as estruturas da publicação comercial anglo-americana e sua transformação nos cinquenta anos entre 1960 e 2010 (Thompson, 2012), e queria me concentrar mais claramente no impacto da revolução digital neste setor. No meu trabalho anterior, dediquei muita atenção ao impacto da revolução digital na publicação – essa foi uma questão fundamental na indústria editorial a partir de meados da década de 1990, por isso nenhum estudo sério desse setor poderia ignorá-la. Compreender o impacto da revolução digital na indústria editorial, no entanto, não foi minha principal preocupação no

estudo anterior, no qual me concentrei em entender as principais características estruturais da indústria da publicação comercial anglo-americana e analisar a dinâmica que moldou a evolução desse campo ao longo do tempo. Um pressuposto fundamental da abordagem da teoria dos campos para as indústrias de mídia, que desenvolvi em meu trabalho inspirado nas ideias de Bourdieu, é que todas as organizações de mídia – incluindo as editoriais – estão inseridas em contextos sociais específicos ou campos estruturados de maneiras específicas, incluindo a distribuição de diferentes tipos de recursos ou formas de capital, que indivíduos e organizações acumulam e utilizam na busca de seus interesses e objetivos². Ao estudarmos a inovação tecnológica a partir dessa perspectiva, focaremos menos nas tecnologias em si e mais nos contextos sociais em que são desenvolvidas e implementadas, enxergando a inovação tecnológica como ela realmente é – ou seja, um conjunto de atividades realizadas por determinados indivíduos e organizações situados em determinados campos, utilizando os materiais, formas de conhecimento e recursos à sua disposição (econômicos, técnicos e sociais) para atingir determinados fins. Em outras palavras, veremos a inovação tecnológica como algo inevitavelmente ligado às realidades da motivação humana e das relações sociais, com interesses, recursos e poder. A inovação tecnológica nunca acontece no vácuo: ela está sempre inserida na realidade confusa da vida social.

Embora a teoria dos campos seja uma ferramenta útil para refletir sobre a organização social dos contextos em que a inovação tecnológica ocorre, eu estava ciente de que precisava ir além da teoria dos campos desenvolvida por Bourdieu para abordar a natureza e a dinâmica da inovação tecnológica em um setor como o editorial – e precisei fazê-lo por vários motivos. Em primeiro lugar, a tecnologia nunca ocupou um lugar de destaque no trabalho de Bourdieu. Embora ele escrevesse com perspicácia sobre literatura, jornalismo e televisão, nunca deu muita atenção aos meios específicos pelos quais essas formas culturais eram incorporadas e transmitidas. Eu precisava inserir a questão da tecnologia na teoria dos campos e analisar detalhadamente o que a inovação tecnológica representa na prática, como ela possibilita diferentes formas de prática em campos específicos, como ela impulsiona as práticas tanto dos participantes estabelecidos quanto dos novos, e como ela altera a própria natureza e os limites do campo, em alguns casos, reduzindo as barreiras à entrada e permitindo que recém-chegados entrem em um campo que havia sido amplamente fechado a pessoas de fora. Também precisava manter em aberto a possibilidade de que a inovação tecnológica possa facilitar o surgimento de novos campos ou subcampos que desenvolveriam seus próprios códigos e convenções e suas próprias economias culturais, em alguns casos, sobrepondo-se a campos há muito estabelecidos e,

² Consulte Bourdieu (1993a, 1993b, 1996) para uma explicação de como adapto a teoria dos campos de Bourdieu para a análise da indústria editorial de livros, consulte Thompson (2005).

em outros casos, desmembrando-se deles para formar seus próprios espaços semiautônomos.

Mas não eram apenas as tecnologias que precisavam ser integradas à teoria dos campos: também precisamos inserir as organizações no centro da teoria de campos e analisar suas trajetórias ao longo do tempo – isto é, desenvolver uma análise longitudinal das organizações e das mudanças organizacionais relacionadas à tecnologia, para que possamos pintar um retrato dinâmico de campos em movimento, campos em que as organizações estão em constante evolução, tentando lidar com as interrupções e a incerteza causadas pela inovação tecnológica. A análise dessas questões ao longo do tempo é crucial, uma vez que a inovação tecnológica nunca acontece instantaneamente: é frequentemente um processo longo e demorado, um processo de experimentação, de tentativa e erro, no qual indivíduos, geralmente trabalhando em equipes ou em colaboração com outros, tentam descobrir o que vai “funcionar” e o que não vai. Eles podem ter uma ótima ideia, mas fazê-la funcionar na prática, muitas vezes, depende de sua capacidade de desenvolver uma organização, como uma empresa, que possa levá-la adiante – e, para fazer isso, eles dependerão da sua capacidade de arrecadar recursos suficientes para empregar pessoal, adquirir instalações e realizar outras atividades típicas das organizações. Assim como as tecnologias, as organizações que as impulsionam também evoluem, e o grau em que essas tecnologias se tornam características estáveis e contínuas em nossas vidas pode estar sujeito à capacidade dessas organizações de sobreviver e prosperar. Portanto, compreender o destino da inovação tecnológica é fundamental para a compreensão das trajetórias das organizações que a sustentam.

Por fim, também precisamos garantir que nossas análises da inovação tecnológica se concentrem não apenas em campos, tecnologias e organizações, mas também sejam povoadas por seres humanos reais, de carne e osso – ou seja, precisamos reinserir as pessoas na história, ou melhor, garantir que as pessoas e suas ideias estejam presentes desde o início e constituam uma parte essencial da narrativa. Em alguns trabalhos acadêmicos sobre tecnologia, percebe-se uma tendência de concentração em processos e artefatos, como se estes, por si só, fossem suficientes para impulsionar a inovação e a mudança. No entanto, a inovação tecnológica está intrinsecamente ligada às pessoas e às suas ideias, motivações, ambições e desejos: elas não podem ser extraídas da história nem incluídas nela posteriormente, como se fossem um acessório incidental. Os objetivos e ambições delas precisam estar presentes desde o início. É claro que os indivíduos não agem no vazio: eles estão sempre situados em contextos específicos em que algumas coisas são possíveis e outras não, suas percepções e ambições são moldadas por suas trajetórias pessoais através do espaço social, e mesmo os

mais determinados falharão se não tiverem acesso a oportunidades justas. Mas, como costuma ser o caso, a história da inovação tecnológica é construída tanto por pessoas quanto por processos, por indivíduos e também por organizações, tecnologias e os contextos em que estão inseridos. Deixar as pessoas fora dessa narrativa seria tão parcial e unilateral quanto recontar essa história focando apenas nas tecnologias. Campos, tecnologias, organizações, indivíduos: estes são os componentes-chave da abordagem teórica que desenvolvi na tentativa de compreender a mudança tecnológica na indústria editorial de livros, atribuindo o valor devido a cada componente e não privilegiando nenhum.

Além de estudar o impacto das tecnologias digitais sobre as organizações já consideradas atores estabelecidos no campo da publicação comercial anglo-americana, eu queria estudar as maneiras pelas quais os novos atores estavam usando as tecnologias digitais para desenvolver novas formas de criar, produzir, comercializar e distribuir livros e outros tipos de leitura e escrita de formato longo, tanto dentro do campo da publicação comercial quanto em campos adjacentes (ou completamente não relacionados). Eu estava plenamente ciente de que, às vezes, a barreira mais radical em uma indústria estabelecida não vem dos atores incumbentes, que podem ter interesse em manter as estruturas existentes que os beneficiaram, mas sim de startups que não tinham nenhuma presença anterior no campo³. Por isso, comecei a estudar uma variedade de startups que procuravam utilizar tecnologias digitais para inovar na indústria da publicação comercial anglo-americana. Em alguns casos, essas startups procuravam desenvolver novos produtos, como novos tipos de livros e outras formas e formatos de textos que pudessem ser lidos em diferentes mídias e em vários dispositivos; em outros casos, as startups procuravam desenvolver novos serviços para autores ou leitores ou outros intervenientes estabelecidos na área, com vista a capacitá-los a fazer o que queriam – fosse escrever, ler ou adquirir livros, ou fazer outra coisa com os livros – de maneiras novas e possivelmente melhores ou mais eficientes. O grande número de startups de tecnologia que surgiram dentro e em torno do campo editorial e a variedade de produtos e serviços que ofereciam eram impressionantes. Muitas destas startups estavam sediadas no Vale do Silício e na área metropolitana de São Francisco, mas outras estavam instaladas em outros locais, como Nova Iorque, Boston, Filadélfia, Toronto e Londres⁴.

Quando trabalhamos em startups de tecnologia, rapidamente percebemos que um fator crucial para determinar se uma startup terá sucesso e será capaz de se sustentar ao longo do tempo é o dinheiro – isto é, a natureza e a quantidade de um recurso específico, o capital financeiro, que ela tem à sua disposição. Também descobrimos rapidamente que a trajetória de uma startup

³ Um ponto bem abordado por Christensen (1997).

⁴ Realizei esta pesquisa ao longo de um período de seis anos, entre 2013 e 2019, período durante o qual conduzi cerca de 180 entrevistas com CEOs, empreendedores e outros, tanto em editoras tradicionais quanto em diversas startups de tecnologia; a pesquisa foi financiada por meio de uma bolsa da Fundação Andrew W. Mellon. Alguns resultados dessa pesquisa são apresentados em Thompson (2021). Este artigo se baseia nessa investigação, mas a questão do financiamento de capital de risco para startups de tecnologia e suas consequências não é abordada em *Book Wars*.

e as questões que ela prioriza no desenvolvimento de sua estratégia de negócios são fortemente moldadas pela natureza do financiamento do qual ela depende para atender às suas necessidades comerciais diárias. Assim como outras startups, as startups de tecnologia que surgiram no setor editorial ou em torno dele foram financiadas de diversas formas – algumas conseguiram financiamento de “investidores anjo”, outras dependiam de poupanças pessoais ou de fundos fornecidos por familiares ou amigos. Mas o capital de risco também desempenhou um papel importante. A disponibilidade de financiamento de capital de risco foi frequentemente crucial para determinar a capacidade de muitas dessas startups de iniciar suas operações e, também, para moldar suas trajetórias de desenvolvimento ao longo do tempo.

Três aspectos sobre o financiamento de startups de tecnologia relacionadas ao setor editorial foram particularmente surpreendentes. Em primeiro lugar, em muitos casos, os fundadores/CEOs dessas startups decidiram angariar financiamento junto a capitalistas de risco em uma fase inicial do processo de desenvolvimento: como disse um fundador/CEO, eles fizeram “a peregrinação a *Sand Hill Road*”. A escolha dessa terminologia foi precisa: essa era uma parte zelosa e quase obrigatória do lançamento de uma startup de tecnologia em São Francisco e no Vale do Silício, e todos os empreendedores (que, em minha amostra específica, eram em sua maioria jovens brancos recém-saídos da faculdade) sabiam que, em algum momento, teriam que fazer a jornada até *Menlo Park* e apresentar suas ideias a uma ou mais empresas de capital de risco em *Sand Hill Road*. Eles eram como suplicantes em busca de financiamento e, de alguma forma, precisavam descobrir como maximizar suas chances de desbloquear alguns recursos dos guardiões do capital. Alguns teriam sucesso, outros fracassariam – “Fomos rejeitados 168 vezes”, disse um cofundador. O sucesso na peregrinação a *Sand Hill Road* estava longe de ser garantido. Mas por que alguns desses empreendedores tiveram sucesso enquanto outros não? Por que alguns obtiveram sucesso imediato e outros tentaram repetidamente sem conseguir angariar quaisquer fundos?

A segunda coisa surpreendente sobre essas startups de tecnologia financiadas por capital de risco foi que, como empresas, elas operavam de uma maneira muito diferente de uma editora tradicional, fossem grandes nomes como a Penguin Random House ou pequenas empresas independentes como a Akashic Books e a Casa Melville. As editoras, sejam grandes ou pequenas, normalmente buscam gerar receita suficiente por meio da venda de livros e outras fontes de renda para cobrir seus custos e, com sorte, produzir um pequeno excedente ou lucro – em outras palavras, eles operam de acordo com um cálculo de lucros e perdas bastante padrão e têm como objetivo garantir a geração de receita

suficiente para cumprir suas obrigações e evitar ficar sem dinheiro. Muitas das startups de tecnologia, por outro lado, não estavam realmente preocupadas em gerar receitas e ser lucrativas como negócios. Elas estavam focadas em algo completamente diferente: crescimento. Embora não estivessem completamente alheias às questões de geração de receita e rentabilidade, essas não eram suas principais preocupações. Ficava claro que elas estavam em uma trajetória empresarial radicalmente diferente daquela das editoras com quem colaboravam e, por vezes, competiam: operavam no mesmo setor ou segmento, mas jogavam com regras muito diferentes. Quais são as regras de acordo com as quais essas startups estão jogando? Por que seus objetivos de negócios são tão diferentes das preocupações das editoras tradicionais? E o que elas procuram alcançar se não pretendem se tornar empresas viáveis e lucrativas?

A terceira coisa surpreendente foi que as trajetórias destas startups variaram enormemente e o seu destino estava muitas vezes intimamente ligado à sua dependência, e à extensão dessa dependência, do financiamento de capital de risco. Isso foi ilustrado de forma clara pelas diferentes trajetórias de duas startups de tecnologia relacionadas ao setor editorial que competiam diretamente entre si: a Oyster e a Scribd. Ambas lançaram seus serviços de assinatura de e-books quase simultaneamente, entre setembro e novembro de 2013, uma em Nova York (Oyster) e outra em San Francisco (Scribd). Ambas conseguiram levantar um financiamento substancial de capital de risco junto a grandes empresas de investimento. A maioria dos observadores concordava que a Oyster tinha uma plataforma e interface de usuário melhores – eles investiram muito nisso, e se tratava de uma oferta muito elegante e atraente. Esses serviços de assinatura competiam diretamente e, do ponto de vista do usuário, parecia que a Oyster levava vantagem. Então, de repente, apenas dois anos após o lançamento, a Oyster faliu, enquanto o Scribd sobreviveu e continuou a crescer. Por que esses resultados tão diferentes em uma disputa que a Oyster parecia destinada a vencer?

Foi, em parte, para esclarecer essas e outras questões que decidi observar não apenas as próprias startups de tecnologia, mas também os capitalistas de risco que as financiaram. Como exatamente aqueles que controlam o acesso ao capital de risco decidem em quais startups investir e quanto investir? Quais critérios utilizam para tomar suas decisões e como suas prioridades como investidores moldam as prioridades e trajetórias das startups nas quais investem? Por que alguns empreendedores encontram portas abertas para recebê-los em *Sand Hill Road*, enquanto, para outros, essas mesmas portas estão firmemente fechadas? E, se os capitalistas de risco decidem encerrar uma startup na qual já investiram fundos, por que fazem isso? Por que eles estão dispostos a apoiar algumas startups em uma rodada de financiamento das Séries B ou C, enquanto

outras startups com ofertas aparentemente semelhantes não conseguem obter apoio? Ao investigar mais profundamente os interesses, prioridades e objetivos dos capitalistas de risco que controlam o acesso ao capital, talvez possamos esclarecer alguns aspectos do comportamento e das trajetórias das startups de tecnologia que são intrigantes ou difíceis de compreender.

Graças ao excelente trabalho de Tom Nicholas (2019), temos acesso à história da ascensão do capital de risco nos Estados Unidos, desde suas origens no século XIX na indústria baleeira da Nova Inglaterra até seu florescimento no final do século XX no Vale do Silício. De acordo com Nicholas, o que distingue o capital de risco como modo de financiamento é seu caráter de alto risco: é um negócio de “sucessos”, onde os retornos excepcionais de um pequeno número de investimentos altamente bem-sucedidos compensam a grande maioria dos investimentos que geram pouco retorno ou simplesmente fracassam. Essa distribuição de retornos em “cauda longa” tende a seguir a curva da lei de potência, onde uma pequena porcentagem dos investimentos representa uma grande porcentagem dos lucros. O modelo de investimento de cauda longa com capital de risco provou-se particularmente adequado ao mundo das startups de alta tecnologia que começaram a se instalar no Vale do Silício nas décadas de 1970 e 1980, facilitado pela combinação única de instituições educacionais de alta qualidade, empresas locais de alta tecnologia, uma força de trabalho altamente qualificada e décadas de investimento governamental em tecnologias de base militar⁵. Os capitalistas de risco migraram para o Vale do Silício para estarem perto das startups que iriam financiar e *Sand Hill Road*, em *Menlo Park*, logo se tornou o agrupamento mais significativo de empresas de capital de risco em qualquer lugar do mundo (Nicholas, 2019, p. 212).

⁵Sobre as condições que facilitaram a ascensão do Vale do Silício, veja Saxenian (1994), Kenney (2000) e Lécuyer (2006).

Embora o trabalho de Nicholas nos proporcione uma excelente visão da história da indústria de capital de risco e de como ela se entrelaçou com o mundo de alta tecnologia do Vale do Silício, ele não nos fornece uma análise detalhada das práticas de trabalho dos capitalistas de risco no Vale do Silício hoje, como eles fazem o que fazem no dia a dia e como decidem quais startups de tecnologia apoiar e quais rejeitar. Quais são os critérios que eles utilizam para avaliar as startups propostas, e como decidem se devem financiá-las? Como um capitalista de risco vê o mundo, e quais princípios práticos ou regras gerais (sendo que a maioria deles são homens) ele usa para decidir se deve ou não investir em uma startup? Se víssemos o mundo do ponto de vista de um capitalista de risco, isso nos ajudaria a responder algumas das questões levantadas anteriormente sobre startups de tecnologia financiadas dessa maneira? Isso nos ajudaria a entender por que alguns empreendedores são bem-sucedidos em sua peregrinação a *Sand Hill Road*, enquanto outros retornam de mãos vazias?

O MUNDO SOB A PERSPECTIVA DE TOM

Tom é um capitalista de risco bem estabelecido e conhecido no Vale do Silício, especializado em financiar startups de tecnologia (“Tom” é um pseudônimo). Fui apresentado a ele pelo CEO de uma das empresas em que eu estava trabalhando: como ele havia financiado a empresa, eu sabia que ele estava familiarizado com startups relacionadas ao setor editorial, mas seu portfólio incluía muitas empresas de tecnologia que não tinham nada a ver com publicação. Tom atua no Vale do Silício desde o início dos anos 1980, quando a maior parte da paisagem local era composta por pomares e laranjais. Ele conseguiu um emprego em uma startup como designer de chips semicondutores e, a partir de 1991, começou a trabalhar como capitalista de risco. Atualmente, ele é sócio de uma das grandes empresas de capital de risco em *Menlo Park* e também investe seus próprios (nada modestos) fundos pessoais. Além de investir, ele fundou várias empresas de tecnologia próprias e ganhou muito dinheiro quando foram vendidas ou abriram capital na bolsa de valores. Sua perspectiva é, sem dúvida, única, refletindo (como qualquer ponto de vista) a especificidade de sua própria experiência de vida e carreira, mas não há razão para pensar que seja atípica. Tom já trabalhava no Vale do Silício por trinta e cinco anos e estava no coração do mundo do capital de risco por vinte e cinco quando o entrevistei em março de 2016, e, embora algumas de suas opiniões possam ser idiossincráticas, muitas de suas ideias sobre estratégia e prática de investimento são compartilhadas por outros capitalistas de risco do Vale do Silício⁶.

⁶ Os elementos básicos da perspectiva de Tom também estão refletidos no guia prático de Scott Kupor para empreendedores sobre como obter capital de risco, *Secrets of Sand Hill Road: Venture Capital and How to Get It* (2019), esp. cap. 2. Scott Kupor é sócio da Andreessen Horowitz, uma empresa de capital de risco.

Na visão de Tom, a indústria de tecnologia do Vale do Silício passou por cinco ondas – Tom costumava surfar quando jovem, e sua visão de mundo (e, em particular, do mundo da alta tecnologia) é moldada por metáforas de surfe. A primeira onda foram os chips de silício (ponto de partida para Tom); a segunda foram os componentes – ou seja, hardware: switches, roteadores, hubs, equipamentos de comunicação; a terceira onda foram as redes – a capacidade de conectar esses componentes à internet; a quarta foram as interfaces de usuário (Facebook, Twitter, YouTube, Uber, etc.); e a quinta onda, a que estamos “surfando” neste momento, é a de dados e ciência de dados. A próxima onda, a sexta, será, na visão de Tom, uma continuação e desenvolvimento da quinta: a ciência de dados aplicada. Tom busca oportunidades de investimento como um surfista procura ondas: “Eu trabalho procurando ondas e, quando acredito que uma onda é viável, começo a buscar pessoas ou empresas que eu acho que poderiam ter sucesso surfando essa onda”.

Além da metáfora da onda, que fornece a Tom uma estrutura teórica para sua estratégia de investimento, dois outros fatores também são fundamentais na definição de suas decisões de investimento. Um deles é o *timing* – isso é crucial.

Estar no lugar certo na hora certa. Ele se tornou especialmente importante a partir da terceira onda, devido aos efeitos de rede. As redes adquirem uma escala e uma aderência que são difíceis de substituir, independentemente da quantidade de capital investido em um concorrente. Graças aos efeitos de rede, este é um mercado onde o vencedor leva tudo, e se o *timing* estiver errado – se entrarmos muito cedo ou muito tarde –, assim como um surfista que perde uma grande onda, provavelmente será muito difícil alcançar a escala e a aderência necessárias para alcançarmos o sucesso.

O segundo fator é a equipe – novamente, isso é crucial. Quem são eles? Eles têm o que é preciso para transformar essa ideia em um sucesso? Qual foi o desempenho acadêmico deles na escola e na faculdade? O que eles fizeram depois de se formarem na faculdade? Tom tem uma visão clara e profunda sobre isso: algumas pessoas são vencedoras e outras não, e parte do trabalho é escolher os vencedores e garantir que a equipe, o *timing* e a onda trabalhem em sintonia. Foi assim que ele resumiu esse conceito:

As pessoas não mudam, e certas pessoas são vencedoras. Precisamos identificar quem são esses vencedores – não necessariamente de forma independente da área, porque é preciso combinar um vencedor com uma onda onde há espaço para crescimento. Se pegarmos um vencedor e o colocarmos em um mercado ruim, teremos uma ótima empresa trabalhando em um mercado ruim, e isso não vai funcionar. Por outro lado, se conseguirmos uma onda favorável e tivermos um bom surfista, vamos crescer pelo menos tão rápido quanto a onda. Então, precisamos pegar uma onda que esteja se movendo, ter um bom surfista e não gastar demais nem nos esgotarmos. Evite atrasos e gastos excessivos. Se cada fator estiver certo, se sentirmos o *timing* e nos prepararmos, tudo o que é preciso é uma remada e tudo sai como o esperado.

Onda, *timing* e equipe: esses são os três elementos-chave por meio dos quais Tom decide se deve investir capital em uma startup.

Mas Tom não está apenas decidindo se deve apoiar uma startup desde o início: às vezes, ele avalia se deve financiar uma startup que já está em andamento e precisa de mais capital, talvez para refinanciá-la em uma rodada de financiamento Série B ou C. O que ele busca nesse caso? Os mesmos três elementos se aplicam neste caso, mas agora um outro elemento crucial entra em jogo: tração. O desafio agora, do ponto de vista do capitalista de risco, é descobrir se, dentro do seu setor, a empresa pode ser aquela que conquista os efeitos de rede e, idealmente, se torna a vencedora nessa categoria. Aqui, é vital garantir que a

escolha da categoria foi a melhor possível: a empresa não precisa competir com Facebook ou Twitter se estiver em uma categoria diferente. Então, como escolher o vencedor em uma categoria? “Evidência de tração”, disse Tom. Por “tração” ele se refere a crescimento mais engajamento: Quão rapidamente uma plataforma, seja qual for seu negócio, está adicionando novos usuários? A retenção desses usuários é boa ou eles não passam da fase de testes? Alta taxa de crescimento, alto engajamento – esses são os fatores-chave.

Importa se a empresa está gerando receita ou é lucrativa, ou seja, esse é um fator relevante ou importante? “É melhor se estiverem, mas não em detrimento de aumentar sua base de usuários ao máximo,” disse Tom. Gerar receita é importante, mas não no início. Se estamos convencidos de que a categoria terá valor e se assumirmos que o maior *player* da categoria terá um valor exponencialmente maior do que o segundo colocado, então sempre vale a pena nos tornarmos o maior *player* no setor. Portanto, se for preciso adiar a geração de receita para adquirir usuários e chegar ao ponto de nos tornarmos o maior *player* no espaço, esse é o caminho a ser seguido.

Se conseguirmos sobreviver ao período inicial de financiamento e adquirir clientes suficientes e fiéis para nos tornarmos o *player* dominante no setor, poderemos descobrir como monetizar mais tarde. Isso é o que Marc Andreessen, cofundador da Netscape, guru do Vale do Silício e cofundador da influente firma de capital de risco Andreessen Horowitz, chamou de “lição da Microsoft”: “Uma das lições fundamentais é que participação de mercado no presente equivale a receita no futuro e, se você não tem participação de mercado agora, não terá receita mais tarde. Outra lição fundamental é que quem obtém volume vence no final. Vence. Pura e simplesmente”⁷.

⁷ Marc Andreessen, citado em Reid (1997, p. 31).

Embora expandir a base de usuários o mais rápido possível seja crucial, há uma qualificação importante aqui, explicou Tom: também precisamos garantir que o valor vitalício de um cliente seja muito maior do que o custo para adquiri-lo – muitas vezes maior do que o investimento para conquistar o cliente. Se o custo de adquirir e entregar um serviço para um cliente for tão alto em relação a qualquer valor vitalício concebível desse cliente, teríamos um negócio com margem bruta negativa: custaria mais para entregar seu serviço do que jamais poderíamos receber por cliente. Então, isso dá a Tom um conjunto bastante direto de critérios para decidir se deve apoiar uma startup que precisa de mais capital: primeiro, estamos falando de um grande mercado? A categoria tem valor? Segundo, esse *player* pode se tornar o mais dominante nesse setor? Qual é a evidência de tração? Os dados mostram alta taxa de crescimento e alto engajamento ou fidelidade? Terceiro, o valor vitalício do cliente é muito maior do que o custo de adquirir o cliente e entregar o serviço? É muitas vezes maior?

Então, apesar da complexidade dos diferentes projetos que Tom se vê avaliando e da grande variedade de projetos, a fórmula que ele utiliza é surpreendentemente simples: onda, *timing*, equipe: WTT (do inglês, Wave-Timing-Team). Quando se trata de decidir se vale a pena investir mais dinheiro em uma startup que já está em andamento, ele acrescenta um quarto elemento à sua fórmula: onda, *timing*, equipe, tração, simplificada como W3T (do inglês, Wave-Timing-Team-Traction), com a qualificação importante de que o crescimento deve ser tal que o valor vitalício do cliente seja muito maior do que o custo de adquiri-lo (chamaremos isso de tração+). Consequentemente, a fórmula para determinarmos se devemos investir mais dinheiro em uma startup é W3T+. É claro que, em qualquer situação específica, a decisão raramente é simples e há muito espaço para diferentes avaliações em casos particulares – é fácil cometer erros e o simples fato de que a maioria dos investimentos não dá certo é uma prova da incerteza intrínseca das decisões de investimento desse tipo. Ainda assim, os critérios de avaliação são notavelmente simples e diretos.

Então, qual é o objetivo final ao investir em uma startup? Como capitalista de risco, o que Tom está tentando alcançar? Ganhar dinheiro, é claro! Mas como fazer isso? Essencialmente, um capitalista de risco ganha dinheiro para si e outros sócios limitados que investem em um fundo ao sair do investimento em termos que garantam um múltiplo sobre o investimento, e quanto maior o múltiplo, melhor a saída. Basicamente, existem duas estratégias de saída desejáveis do ponto de vista de um capitalista de risco: vender a empresa para outra companhia ou abrir o capital com uma oferta pública inicial (IPO). “Não há um plano tático de execução”, explicou Tom, “mas ninguém investiria em um negócio se não achasse que poderia se tornar grande o suficiente para abrir o capital ou valioso o suficiente para ser adquirido”. Então, ao fazer um investimento, temos um mapa do mercado e estamos pensando sobre quais *players* (Google ou Amazon ou Facebook, por exemplo) podem querer ingressar nesse setor, mas ainda não ingressaram. Estamos pensando, que se essa startup conseguir resultados rápido o suficiente, talvez ela seja adquirida para preencher essa lacuna.

Mas, vender a empresa ou abrir o capital são as únicas estratégias de saída viáveis do ponto de vista do capitalista de risco? E quanto a simplesmente ajudar a startup a se estabilizar, tornar-se um negócio viável, crescer modestamente e se tornar lucrativa? Esse poderia ser um bom resultado? “Na verdade, não”, disse Tom. “Os funcionários também não querem isso. Eles não querem ficar por aí sendo assalariados a vida toda, lutando. Todos vão querer liquidez, e eles podem continuar recebendo seus salários e ter liquidez ao mesmo tempo. Se alguém adquirir a empresa, eles ainda receberão um salário, mas todos receberão um valor significativo para comprar suas casas ou o que quiserem”. A ideia de

financiar uma startup para que ela se torne uma empresa independente e autos-sustentável sem ser adquirida ou abrir o capital não faz parte da mentalidade dos capitalistas de risco. Esse não é o tipo de resultado que qualquer capitalista de risco almejaria como objetivo. A ironia é que uma empresa precisa ter essa possibilidade para proporcionar uma saída bem-sucedida. “As melhores saídas ocorrem quando temos uma empresa que pode se sustentar sozinha, continuar crescendo e se tornar grande”, continuou Tom. Uma empresa será mais atraente como aquisição ou IPO se for vista como um negócio com potencial para se sustentar sozinho, mesmo que não consiga isso imediatamente. Isso é relevante, mas não como um fim em si mesmo. É algo importante porque permitirá que os capitalistas de risco saiam nas condições mais favoráveis.

Assim, o capitalista de risco investe com o objetivo de sair e multiplicar seu investimento. O múltiplo que o capitalista de risco pode esperar depende do estágio em que o investimento é feito, mas, se estamos investindo em um estágio inicial, como Tom costuma fazer, deveríamos estar buscando um múltiplo de pelo menos dez vezes esse investimento. O capital de risco sempre foi um negócio de acertos, onde retornos excepcionalmente altos de um pequeno número de investimentos compensam a maioria que fracassa, mas as probabilidades para os investimentos no Vale do Silício mudaram ao longo do tempo. Tom explicou da seguinte forma:

Quando entrei no negócio de capital de risco, a regra geral era que, se você fosse bom e fizesse dez investimentos de um milhão de dólares cada, poderia esperar que pelo menos dois deles fossem a zero, onde você perderia 100% do seu dinheiro. Você poderia esperar que seis deles se tornassem empresas “zumbis” (empresas ativas que não chegam a fechar, mas também nunca se tornam líquidas). E poderia esperar que dois rendessem dez vezes o valor do seu dinheiro. Então, segundo essa métrica, você investiria 10 milhões e ganharia 20, perderia dois com certeza e, o restante, você não teria como saber. Assim, talvez você conseguisse um retorno de 23, 24 milhões a cada 10 investidos, se tivesse sorte. Era assim no começo. O que aconteceu com os efeitos de rede é que, agora, se você fizer vinte ou mais investimentos e tiver muita sorte, um deles se tornará um Uber, Facebook ou algo parecido, com um retorno de cem ou mil vezes o valor do seu investimento, mas todo o restante dará em nada.

Assim, a regra de 80/20, típica de quando Tom começou como capitalista de risco no início dos anos 1990 (na qual 80% dos seus investimentos fracassavam e 20% rendiam dez vezes o valor investido), evoluiu para algo mais parecido com uma regra de 90/10 ou 95/5, ou até mesmo algo mais próximo

de 99/1, onde 90% ou mais dos investimentos fracassam (ou sobrevivem como empresas zumbis), mas o pequeno número que consegue sucesso rende múltiplos muito superiores a dez vezes. A cauda ficou mais longa. O fracasso é a norma – agora, mais do que nunca. Embora gostemos de focar nos sucessos, como Facebook, Twitter e Uber, a grande maioria das startups fracassa. “Você falha 90, talvez 99 por cento das vezes”, disse Tom. Ele tenta preparar seus empreendedores para a possibilidade, na verdade, a probabilidade, de fracasso. “Eu digo aos meus empreendedores que, se você vai falhar, deve falhar de forma espetacular. Você não quer ser apenas um fracasso que desaparece no desconhecido, onde ninguém sabe que você existe e ninguém sabe que você falhou. Se for para cair, caia em grande estilo. Você quer cair fazendo algo visionário e impactante. Se não funcionou, que seja, mas você tentou fazer algo fenomenal e sempre poderá se reerguer depois disso. As pessoas sempre dirão: “Sabe de uma coisa, eu me lembro desse cara. Ele estava tentando fazer algo que importava”.

SUPPLICANTES NA SAND HILL ROAD

Se olharmos o mundo a partir da perspectiva de Tom, não é surpreendente que algumas startups no setor editorial, ou em torno desse campo, tenham descoberto que suas tentativas de levantar financiamento de capital de risco no Vale do Silício resultaram em nada. Apresentar propostas para captação de recursos é um tipo particular de ritual social e ato de fala performativo que exige a capacidade de contar uma boa história que ressoe com as prioridades, preconceitos e preocupações dos guardiões do capital. Aqueles que estão apresentando propostas para captação de recursos são como suplicantes na corte do capital, e precisam ser capazes de contar uma história sobre si mesmos e sua empresa, sobre suas habilidades e objetivos, que convença aqueles que controlam os recursos a apoiá-los. Um capitalista de risco como Tom é abordado todos os dias com várias novas propostas, ele é bem conectado, e muitas pessoas o recomendam para empreendedores que buscam fundos; ele precisa decidir diariamente com quais propostas seguir adiante e quais deixar passar. Como ele faz isso? Na prática, ele usa os critérios embutidos em sua fórmula (WTT) para decidir se vale a pena levar uma proposta adiante. Somente se a proposta se alinhar com sua visão de mundo, sua maneira de pensar sobre o que é provável que tenha sucesso no estágio atual de desenvolvimento tecnológico e o que não é, ele considerará a proposta cuidadosamente. Nesse caso, “sucesso” significa ter alguma chance, por mais remota que seja, de se tornar uma daquelas empresas que terão uma saída com um retorno de dez vezes ou

mais. Se ele não conseguir ver nenhuma maneira de a proposta se alinhar com essas condições, ele a rejeitará.

Sob o ponto de vista de Tom, não é surpreendente que os fundadores da Inkshares tenham sido mal sucedidos em suas tentativas de levantar financiamento de capital de risco. A Inkshares é uma startup relacionada ao setor editorial, sediada em Oakland, do outro lado da baía de São Francisco, nos Estados Unidos. Ela começou como uma boa ideia, concebida por Thad Woodman, um jovem e inteligente formado em filosofia pelo Reed College, como uma empresa de publicação inovadora que se basearia em princípios de *crowdfunding*. Ela usaria uma plataforma de *crowdfunding* para levantar o capital necessário para financiar projetos de livros e, em seguida, forneceria os serviços de produção e distribuição de livros para que as obras financiadas fossem produzidas e distribuídas por meio da cadeia tradicional de abastecimento de livros. Ao usar uma plataforma de *crowdfunding*, a empresa poderia contornar os *gatekeepers* tradicionais da indústria editorial, como agentes e editores, e colocar a decisão sobre quais livros publicar nas mãos dos leitores – o público. Mas, ao contrário das plataformas de *crowdfunding* existentes como Indiegogo e Kickstarter, ela também forneceria a infraestrutura de publicação que a maioria dos autores precisa para que um livro seja produzido e distribuído. Era uma ideia inteligente: certamente, a empresa poderia levantar algum financiamento de capital de risco para colocar esse projeto inovador em funcionamento. Thad se mudou para São Francisco com outro cofundador, Larry Levitsky, para dar início ao negócio, e eles começaram a apresentar sua ideia aos capitalistas de risco.

Eles não chegaram a lugar nenhum. Eles fizeram a peregrinação a *Sand Hill Road* várias vezes e, em todas elas, bateram de frente com uma parede. “Foi brutal”, lembrou Jeremy, outro membro da equipe que havia se juntado à empresa como Diretor de tecnologia. “A ideia de publicar livros, e fazê-lo com cópias físicas de livros, era execrável de acordo com a tese dos capitalistas de risco do Vale do Silício.” O colega de Jeremy explicou: “Ninguém no Vale do Silício acredita em livros. Para eles, parecia algo super antiquado e, simplesmente... sem atrativos. Eles nos disseram algo como: “E se vocês fizessem isso sem usar livros?”. E nós pensamos, então o que estaríamos fazendo?” A resposta deles foi: “Apenas o *front end*”. Era como estar em um show. Você ficava sentado lá pensando: “O que diabos eles acabaram de nos dizer?”

Os diretores da Inkshares e os capitalistas de risco de *Sand Hill Road* enxergavam o mundo de pontos de vista muito diferentes, e seus encontros eram ocasiões em que as duas partes falavam sem se entender, como uma dança em que os movimentos dos dançarinos estavam completamente fora de sincronia. Embora as respostas dos capitalistas de risco no Vale do Silício parecessem

ridículas para Jeremy e seus colegas, elas não eram irracionais: estavam apenas enraizadas em um tipo diferente de racionalidade que fazia parte de uma visão de mundo e de um conjunto de crenças que Jeremy e seus colegas nem compartilhavam nem compreendiam. Para os capitalistas de risco que estavam procurando obter pelo menos dez vezes seu investimento inicial, a publicação de livros era desinteressante. A ideia de uma plataforma de *crowdfunding* para livros despertou sua curiosidade, mas, assim que perceberam que os livros seriam objetos físicos que teriam que ser produzidos, armazenados em depósitos e distribuídos por veículos através do país, seu interesse rapidamente desapareceu. O “*front end*” era atraente, mas não o “*back end*”. A indústria editorial é pequena, não é conectada e sem atritos, além de ser difícil de expandir. “Não há como essa indústria crescer dez vezes nos próximos dez anos”, disse Thad, resumindo o que foi dito a eles, de uma forma ou de outra, pelos capitalistas de risco. Tom nem sequer teria arranjado tempo para vê-los e ouvir sua proposta: Tom estava focado na quarta e quinta ondas, e a Inkshares não se encaixava em seu esquema. Outros 168 potenciais investidores concordaram com a visão de Tom de que a Inkshares não valia o investimento (“fomos rejeitados 168 vezes”). Apesar disso, os fundadores da Inkshares conseguiram arrecadar US\$ 350.000 de amigos e mais US\$ 860.000 de uma variedade de investidores-anjo – quantias pequenas para os padrões do Vale do Silício, mas suficientes para colocar sua startup em funcionamento. O fracasso em obter financiamento de capital de risco não foi fatal para a Inkshares. A empresa seguiu em frente sem ele, embora continue sendo um pequeno *player* de nicho no ecossistema editorial, sem o capital necessário para expandir o negócio de maneira significativa. Mas seu fracasso, apesar das repetidas tentativas, destaca o descompasso entre a perspectiva dos capitalistas de risco e a desses empreendedores, e demonstra o quão pouco esses empreendedores entendiam dos interesses e prioridades dos guardiões do capital.

Nem todas as startups relacionadas ao setor editorial tiveram experiências tão ruins ao tentar levantar financiamento de capital de risco. A Wattpad, por exemplo, conseguiu levantar várias rodadas de financiamento de capital de risco, e novamente podemos entender o porquê se olharmos o mundo a partir da perspectiva de Tom. A Wattpad é uma plataforma de mídia social baseada em Toronto, na qual leitores e escritores interagem em torno da atividade compartilhada de escrever e ler histórias. Foi uma ideia concebida por dois engenheiros de software especialistas em comunicação móvel. Eles a conceituaram como um YouTube para contar histórias, que ocorreria em um ambiente móvel, principalmente em telefones celulares. Eles levantaram um pequeno financiamento inicial em 2010, o suficiente para contratar alguns desenvolvedores e dar início ao processo, e

em 2011 estavam prontos para apresentar sua proposta aos capitalistas de risco. Sua proposta era ao mesmo tempo simples e surpreendentemente ambiciosa:

Cerca de 5 bilhões de pessoas no mundo sabem ler e escrever, e mais de 3 bilhões de pessoas com acesso à internet. E ler e escrever estão entre as atividades humanas essenciais – entre elas estão assistir a vídeos, ouvir música, ver fotos e imagens, e também a palavra escrita. Trata-se de um mercado grande, imenso, e ninguém estava construindo redes para esse tipo de mídia. As pessoas dedicam redes para vídeos, como o YouTube, ou para fotos, como o Instagram. Ninguém estava trabalhando com a palavra escrita. Ninguém estava construindo uma rede voltada para a narrativa – nós éramos os únicos, e ainda somos. Por isso, queremos construir a maior rede global para leitura e escrita.

Era uma boa história e os capitalistas de risco a levaram a sério. Eles levantaram US\$ 3,5 milhões da Union Square Ventures em 2011 e mais US\$ 17 milhões da Khosla Ventures e de Jerry Yang, cofundador do Yahoo, no ano seguinte. Esses capitalistas de risco usaram suas próprias métricas, mas a proposta da Wattpad também teria ressoado com muitas das prioridades e preocupações de Tom. Ela, definitivamente, estava surfando a quarta onda: a Wattpad estava construindo uma interface de usuário baseada em rede. Eles identificaram uma categoria subdesenvolvida – escrita e leitura em um ambiente online – e usaram habilmente a experiência do YouTube para apresentar um argumento plausível para o potencial de crescimento. Era uma proposta ambiciosa (“queremos construir a maior rede global para leitura e escrita”) e, quem a ouvisse não veria razão para pensar que ela não poderia ser bem-sucedida. Tratava-se de uma boa equipe com um *background* técnico respeitável. Onda, *timing*, equipe – eles preenchiam todos os requisitos. Além disso, em 2015, a Wattpad havia aumentado sua base de usuários de 3 milhões (onde estava em 2011) para 45 milhões, ou seja, um aumento de quinze vezes em apenas quatro anos. Além de tudo, eles estavam conseguindo uma tração forte, crescendo rapidamente com o alto engajamento dos usuários. Era uma empresa W3T. Em 2014, eles levantaram mais US\$ 46 milhões em uma rodada de financiamento liderada pela OMERS Ventures, e em 2018, arrecadaram mais US\$ 51 milhões da Tencent Holdings e outros investidores. Essa era uma startup financiada por capital de risco em uma trajetória clara de crescimento. Do ponto de vista de Tom, a Wattpad era tudo o que se poderia querer. Portanto, não é surpreendente que, em 2021, a Wattpad tenha sido adquirida pelo conglomerado de internet coreano Naver, proprietário da plataforma de quadrinhos digitais Webtoon, em um acordo avaliado em mais de US\$ 600 milhões. Essa não foi uma saída na escala de um

YouTube ou um Instagram – foi mais como o clássico múltiplo de dez vezes do que um retorno de cem ou mil vezes. Ainda assim, foi uma saída bem-sucedida.

POR QUE A SCRIBD TEVE SUCESSO E A OYSTER FRACASSOU

Ver o mundo a partir da perspectiva de Tom também nos ajuda a entender por que duas startups relacionadas ao setor editorial fundadas quase exatamente ao mesmo tempo e que competiam entre si no mesmo setor tiveram destinos tão diferentes. A Scribd, sediada em São Francisco, e a Oyster, sediada em Nova York, eram ambas serviços de assinatura de e-books que pretendiam fazer pelo mercado editorial o que a Netflix fez pelos filmes e o Spotify fez pela música: oferecer aos assinantes acesso online a um grande volume de conteúdo atraente por uma modesta taxa de assinatura mensal. No entanto, ao contrário de outros serviços de assinatura nas indústrias de mídia, esses serviços de assinatura de e-books foram obrigados a usar um modelo de limite ou de pagamento por uso, no qual pagariam às editoras como se o livro tivesse sido comprado integralmente assim que o usuário ultrapassasse um determinado limiar; isso era fundamentalmente diferente do modelo de licenciamento antecipado usado pela Netflix ou do modelo de *pool* de *royalties* usado pelo Spotify⁸, e colocava os serviços de assinatura de e-books em uma posição muito mais desfavorável. Eles foram obrigados a usar esse modelo porque nenhuma grande editora estava disposta a licenciar seu conteúdo de e-book em quaisquer outros termos e, ao contrário das gravadoras, que haviam experimentado uma forte queda nas receitas no início dos anos 2000, as editoras estavam em uma posição forte para resistir à pressão dos serviços de assinatura de e-books e adotar um modelo diferente. Na prática, a forma como o modelo de limite ou pagamento por uso funcionava era que o provedor de serviços de assinatura pagaria ao editor 80% do preço do livro sempre que 20% do livro fosse lido: assim que o leitor alcançava o ponto de 20%, o pagamento era acionado. O próprio limite era variável, podendo mudar de editora para editora, mas 20% era a norma. Esse modelo fornecia atrativos óbvios para as editoras ao transferir o risco da editora para o provedor de serviços, garantindo que as editoras recebessem como se o livro tivesse sido vendido assim que um usuário lesse 20% da obra. Mas o modelo acarretava grandes riscos para o fornecedor de serviços porque presumia que os assinantes do serviço leriam, em média, poucos livros. Se todos ou a maioria dos assinantes lessem vários livros todos os meses, ou mesmo lessem apenas 20% de vários livros todos os meses, os pagamentos às editoras excederiam em muito as receitas geradas pela taxa de assinatura, que foi inicialmente fixada em US\$ 8,99 por mês para a Scribd e US\$ 9,95 para a Oyster. Em outras palavras,

⁸Sobre os modelos de assinatura usados por outros serviços de streaming, veja Herbert et al. (2019).

era o modelo de academia aplicado aos livros: alguns usuários assíduos vão à academia todos os dias, mas a maioria das pessoas que faz uma assinatura de academia raramente – ou nunca – vai. Ter uma assinatura de academia faz com que elas se sintam bem, mas a verdade é que elas não frequentam a academia com frequência. A viabilidade do modelo depende do fato de que a maioria dos assinantes são usuários infrequentes – frequentadores de academia em espírito, mas não em prática. Se a maioria dos seus assinantes forem fanáticos por manter a forma, você terá grandes problemas.

Tanto a Oyster quanto a Scribd lançaram seus serviços de assinatura de e-books no outono de 2013 (a Oyster em 5 de setembro e a Scribd três semanas depois). Ambas levantaram financiamento de capital de risco de grandes firmas de investimento, incluindo US\$ 14 milhões da Highland Capital Partners no caso da Oyster, e US\$ 9 milhões em uma rodada de financiamento liderada pela Charles River Ventures, seguida por US\$ 13 milhões em uma rodada liderada pela MLC Investments e SVB Capital no caso da Scribd. Oyster e Scribd estavam competindo diretamente na mesma categoria, e sabiam que seria difícil para ambas terem sucesso. Quando me encontrei com Eric Stromberg, o jovem CEO da Oyster, no loft em Midtown Manhattan que servia como sede da empresa em março de 2015, ele parecia confiante de que a Oyster estava em vantagem: a interface da plataforma estava sendo elogiada na imprensa de tecnologia por seu estilo e facilidade de uso, eles haviam assinado contrato com três das cinco grandes editoras no mercado, e acabavam de fechar um acordo para disponibilizar a série *Harry Potter* na plataforma. Eric estava confiante e a Oyster parecia ser uma startup promissora.

Mas, em 21 de setembro de 2015, apenas seis meses após nossa conversa e dois anos após seu lançamento, a Oyster anunciou que estava encerrando suas atividades. As informações foram de que Eric e alguns outros membros da equipe da Oyster estariam se juntando ao Google, que pagaria aos investidores entre US\$ 15 e 20 milhões pelo direito de contratar alguns dos funcionários da plataforma. Não se tratava de uma aquisição, mas sim uma “*acqhire*”, onde o Google compraria a propriedade intelectual da Oyster e contrataria parte de sua equipe, que seria integrada ao negócio do Google (Kafka & Bergen, 2015). Esse não foi o tipo de saída que permitiu aos investidores da Oyster obter um múltiplo de dez vezes o valor do investimento inicial, muito menos cem ou mil vezes; foi uma liquidação imediata que permitiu que eles saíssem do negócio e minimizassem suas perdas.

Então, o que deu errado? Por que uma startup que parecia destinada ao sucesso de repente se encontra em uma trajetória descendente e irreversível? Quando ouvi a notícia de que a Oyster estava encerrando suas atividades, pensei

imediatamente em uma razão: certamente havia sido o modelo de limite ou pagamento por uso que afundou a empresa. Ao concordar em pagar às editoras 80% do preço do livro sempre que 20% fossem lidos, a Oyster se vinculou a um modelo de negócios que a obrigaria a pagar mais às editoras do que conseguiria arrecadar em taxas de assinatura, drenando suas reservas de caixa e destruindo qualquer esperança de se tornar lucrativa – essa parecia ser a explicação mais óbvia. Mas havia um problema óbvio com essa explicação: A Scribd estava usando o mesmo modelo e ainda estava funcionando, de fato, estava crescendo em um ritmo acelerado. Se um modelo não lucrativo de assinatura pudesse explicar o fim da empresa, por que a Oyster afundou enquanto a Scribd continuava a crescer? E, se não fosse o modelo de assinatura, como poderíamos explicar por que a Scribd teve sucesso e a Oyster fracassou?

Foi só quando eu estava entrevistando Tom seis meses depois e observando o mundo das startups sob o ponto de vista dele que percebi por que minha teoria inicial estava errada, e descobri qual havia sido o verdadeiro problema da Oyster. A Oyster não acabou por causa do modelo de pagamento por uso. Na verdade, a empresa era lucrativa – talvez não enormemente, mas até certo ponto. A Oyster fracassou porque o custo de aquisição de novos clientes estava desalinhado em relação ao valor vitalício desses clientes, e foi por isso que seus financiadores de capital de risco decidiram abandonar o negócio. Tom deixou isso perfeitamente claro: do ponto de vista dos capitalistas de risco, quando se trata de investir mais dinheiro em uma startup que já está em andamento, é preciso garantir que o valor vitalício de um cliente seja muito maior do que o custo para adquiri-lo, muitas vezes maior do que custou para adquiri-lo. Essa é a qualificação relevante para a tração – o “+” em tração+.

Investidores em um negócio de assinatura como a Oyster geralmente procuram uma proporção de 1:3 ou 1:4 entre o custo por aquisição (Cost per Acquisition, CPA) de um cliente e o valor vitalício (Lifetime Value, LTV) desse cliente, o que significa que para cada dólar gasto na aquisição de um novo assinante, é preciso gerar três ou quatro dólares de valor vitalício. A Oyster estava, na verdade, obtendo um pequeno lucro bruto por usuário: para cada US\$ 10 que recebia em taxas de assinatura, cerca de US\$ 8 eram pagos às editoras, deixando um pequeno excedente de cerca de US\$ 2. Mas a Oyster estava gastando muito dinheiro tentando aumentar sua base e adquirir novos assinantes. Ela estava investindo quantias substanciais em anúncios online, principalmente no Facebook e no Google. O resultado foi que a proporção de CPA para LTV estava longe dos esperados 1:3 ou 1:4 – na verdade, era ligeiramente negativa. Nos termos de Tom, a Oyster era um negócio de margem bruta negativa: custava mais para entregar o serviço do que conseguiria recuperar por cliente. Se

a Oyster tivesse sido capaz de demonstrar que estava expandindo sua base de assinantes a um ritmo aceitável e com uma proporção de CPA para LTV alinhada com as expectativas da indústria, poderia ter encontrado investidores dispostos a participar de outra rodada de financiamento. No final das contas, não foi possível arrecadar mais fundos e não estava em condições financeiras de continuar sem outra rodada de investimento. Daí o encerramento.

Isso explica não apenas por que a Oyster fracassou, mas também porque a Scribd sobreviveu e, de fato, prosperou. Antes de a Scribd começar a oferecer seu serviço de assinatura de e-books no outono de 2013, ela já existia há vários anos como um negócio de documentos; por isso, ela já tinha uma fonte de receita preexistente e, o mais importante, já mantinha uma base significativa de usuários existente com cerca de 150 milhões de visitantes mensais. Então, quando decidiu lançar um serviço de assinatura de e-books, ela pôde comercializar esse novo serviço diretamente para sua base de usuários existente. Custou muito pouco para a Scribd adquirir cada novo assinante porque ela podia concentrar seus esforços em converter uma fração de seus usuários e visitantes existentes em assinantes pagantes. A Oyster, por outro lado, estava usando publicidade paga para alcançar e adquirir novos assinantes, e isso estava custando entre US\$ 40 e US\$ 50 para adquirir cada novo assinante. A maioria dos serviços de assinatura bem-sucedidos conta com algo que lhes dá uma vantagem inicial: A Netflix fez acordos com fabricantes de eletrônicos para colocar cupons de adesão gratuita em aparelhos de DVD, e fez um contrato com o Walmart que direcionava os clientes da rede de lojas para a Netflix. Por sua vez, o Spotify fez um acordo com o Facebook, que lhe permitiu alcançar milhões de usuários potenciais, enquanto a Scribd já tinha seu negócio de documentos existente. A Oyster estava começando do zero. Quando analisamos essas startups do ponto de vista de um capitalista de risco, vemos que foi o alto custo de aquisição da Oyster e o baixo custo de aquisição da Scribd que afundaram a primeira e permitiram que a segunda sobrevivesse e prosperasse. Tom capturou isso de maneira muito apropriada com uma metáfora de surfe: “A Oyster estava gastando muito dinheiro tentando nadar contra a corrente da onda, enquanto a Scribd já tinha milhões de clientes para alavancar”.

CONCLUSÃO

Neste artigo, desenvolvi uma abordagem particular para a inovação tecnológica e busquei demonstrar seu valor e eficácia em relação a um estudo de caso específico: o financiamento de startups de tecnologia que emergem dentro ou em torno do mercado editorial. Muitas vezes, estudos sobre inovação tecnológica

focam as tecnologias em si, enfatizando suas propriedades técnicas e possibilidades. No entanto, a inovação tecnológica sempre ocorre em um contexto social mais amplo e, se quisermos entender quais tecnologias têm sucesso e quais fracassam, quais acabam se tornando características constitutivas de nossos mundos sociais e quais caem no esquecimento, precisamos ampliar nossa perspectiva e considerar aqueles aspectos do contexto social que sustentam e possibilitam o processo de inovação tecnológica. Busquei fazer isso ao desenvolver uma versão da teoria dos campos que enfatiza quatro componentes principais: campos, tecnologias, organizações e indivíduos. Tecnologias são indiscutivelmente importantes, mas são apenas um elemento em um conjunto de fatores que moldam o processo de inovação tecnológica. Ao estudar a inovação tecnológica a partir dessa perspectiva, a examinamos como um conjunto de atividades realizadas por indivíduos e organizações específicas situadas em campos particulares, utilizando os recursos disponíveis para perseguir determinados objetivos; em outras palavras, como um conjunto de atividades inevitavelmente envoltas nas realidades da motivação humana, das relações sociais e do poder.

Entre os recursos particularmente importantes para a inovação tecnológica está o capital financeiro. Sem ele, é muito difícil para indivíduos transformarem ideias, por melhores que sejam, em tecnologias que possam ser desenvolvidas, testadas, ampliadas e implementadas. Se a inovação ocorre dentro de uma organização existente, então o capital financeiro necessário para transformar ideias em realidades pode ser fornecido pela organização como parte de sua P&D. Mas como um empreendedor com uma boa ideia consegue o financiamento necessário para lançar uma startup que possa ter alguma chance de sobreviver, alguma chance de transformar a ideia em uma realidade sustentável? E, assumindo que ele ou ela seja bem-sucedido em conseguir o financiamento, como esse financiamento molda o processo de inovação e a organização que o sustenta?

Existem várias fontes de financiamento disponíveis para empreendedores, mas o capital de risco desempenha um papel fundamental para aqueles que trabalham no universo da tecnologia e TI. Do ponto de vista da teoria dos campos, um empreendedor que está tentando obter financiamento é um *player* que persegue um objetivo específico dentro de um campo particular em relação a outros *players*, e, nesse cenário, são esses outros *players* – os capitalistas de risco – que têm o poder de decidir se os fundos devem ser concedidos e, em caso afirmativo, sob quais condições. Apresentar uma proposta de captação de recursos é um tipo específico de ritual social ou jogo em que os empreendedores precisam ser capazes de contar uma boa história sobre o que querem fazer e por que é uma boa ideia, e essa história precisa ser contada de uma maneira que seja suficientemente persuasiva aos olhos dos guardiões do capital, para que esses

guardiões decidam apoiá-los. Como os empreendedores podem fazer isso se não sabem o que os capitalistas de risco estão procurando? Como eles sabem como estruturar sua proposta de forma que ressoe com as prioridades, preconceitos e interesses dos capitalistas de risco, se não sabem quais são essas prioridades, preconceitos e interesses? Na prática, muitos empreendedores fracassam nesse cenário. Eles não veem o mundo do ponto de vista dos capitalistas de risco, e não sabem quais princípios e critérios os capitalistas de risco estão usando para tomar suas decisões de financiamento, e, em parte como resultado disso, suas propostas falham. Suas ideias podem nunca sair do papel – não porque sejam intrinsecamente ruins, mas simplesmente porque os empreendedores que buscam desenvolvê-las não entendem as regras do jogo de captação de recursos.

Com a ajuda de Tom, um membro bem estabelecido da comunidade de capital de risco do Vale do Silício, reconstruí alguns dos princípios e prioridades que moldam a visão de mundo de um típico capitalista de risco especializado no financiamento de startups de tecnologia. Mostrei que, embora as decisões individuais sejam sempre influenciadas por uma variedade de fatores circunstanciais, os princípios usados por Tom para decidir se deve apoiar uma startup com capital são surpreendentemente simples: *onda*, *timing*, *equipe*, ou *WTT*, na sigla em inglês. E, quando se trata de decidir se deve investir mais dinheiro em uma startup que já está em andamento, Tom adiciona um quarto fator: *tração*, ou seja, crescimento mais engajamento, especialmente quando o crescimento é tal que o valor vitalício do cliente é muito maior do que o custo de aquisição desse cliente, o que chamei de *tração+*.

Ao reconstruir os princípios e prioridades dos guardiões do capital, podemos desenvolver um conjunto poderoso de ferramentas explicativas que podem ser usadas para ilustrar, entre outras coisas, por que algumas startups conseguem financiamento de capital de risco e alcançam o sucesso, enquanto outras não chegam a lugar nenhum. A Wattpad teve sucesso em suas atividades de captação de recursos porque, nas interações sociais cruciais onde as decisões de financiamento estavam sendo consideradas, seus fundadores contaram uma história convincente sobre o que estavam fazendo e o que pretendiam alcançar, uma história que ressoou muito bem com os princípios e prioridades dos capitalistas de risco; além disso, quando os fundadores precisaram embarcar em outra rodada de financiamento, eles também tinham evidências sólidas de crescimento e tração para apoiar seu argumento. O desenvolvimento da Wattpad, desde sua proposta inicial em 2011 até sua aquisição pela Naver uma década depois, foi uma ilustração quase perfeita da trajetória de investimento para saída que os capitalistas de risco geralmente procuram (mesmo que possam desejar um múltiplo mais expressivo na saída). Por outro lado, quando os fundadores da

Inkshares fizeram sua peregrinação a *Sand Hill Road*, sua proposta foi barrada por muros intransponíveis. Eles tinham uma boa ideia: um plano inovador para uma plataforma de *crowdfunding* para livros, algo que ninguém mais havia desenvolvido dessa forma; mas sua proposta foi completamente incompatível com os princípios e prioridades dos capitalistas de risco. Todos os capitalistas de risco que eles abordaram recusaram suas propostas, um resultado que eles não esperavam de forma alguma. Eles simplesmente não tinham ideia de que sua tentativa de levantar fundos seria tão inútil e iniciaram suas interações com os capitalistas de risco sem um entendimento real das regras pelas quais o jogo de captação de recursos era jogado.

Levar em consideração os princípios e prioridades dos capitalistas de risco também pode nos ajudar a explicar por que algumas startups conseguem garantir novas rodadas de financiamento e continuam a prosperar, enquanto outras veem suas vidas interrompidas precocemente. Se quisermos explicar por que a Oyster e a Scribd – duas startups muito semelhantes, competindo no mesmo mercado – tiveram destinos tão diferentes, nunca poderíamos explicar isso apenas com base em suas tecnologias: o consenso geral era que a Oyster tinha a melhor tecnologia, e sua plataforma era amplamente elogiada por sua interface elegante e fácil de usar. Também não poderíamos explicar isso invocando o modelo de assinatura por uso, que colocava a maior parte do risco sobre o provedor de serviços, porque tanto a Oyster quanto a Scribd usavam o mesmo modelo. Somente podemos explicar por que a Scribd teve sucesso e a Oyster fracassou levando em consideração os princípios e prioridades dos capitalistas de risco que estavam financiando essas organizações: eles cortaram o financiamento da Oyster porque o custo de aquisição de novos clientes era muito alto em relação ao valor vitalício desses clientes e, portanto, ela falhou no teste de tração+. Por outro lado, para a Scribd, custava muito pouco adquirir cada novo cliente porque ela já tinha uma grande base de usuários existente e podia concentrar seus esforços em converter alguns desses usuários existentes em assinantes pagantes, então a proporção de CPA para LTV estava muito mais alinhada com as expectativas da indústria.

Compreender os interesses e prioridades dos capitalistas de risco também pode nos ajudar a explicar por que as práticas de negócios das startups financiadas por capital de risco são tão diferentes das práticas das empresas tradicionais. Quando as startups garantem financiamento de capital de risco, o capital vem com condições: o capital de risco tem condições e consequências. As startups acabam atreladas aos interesses e prioridades dos capitalistas de risco que as financiam, e suas trajetórias e sobrevivência como negócios são moldadas por esses interesses e prioridades. Para os capitalistas de risco que investiram em

uma startup, existem apenas duas estratégias de saída desejáveis: ou o negócio é vendido para outra empresa ou abre capital com um IPO, e em ambos os casos o capitalista de risco busca alcançar um múltiplo de dez vezes ou mais sobre o valor do investimento. Isso significa que, do ponto de vista do capitalista de risco, o desenvolvimento de um negócio que eles estão financiando precisa ser direcionado para uma estratégia de saída adequada, o que implica crescimento rápido e tração, especialmente o tipo de tração em que o valor vitalício do cliente é muito maior do que o custo de adquiri-lo. As startups se encontram presas em um pacto faustiano com seus financiadores de capital de risco. Elas são impulsionadas por um caminho de desenvolvimento que as obriga a focar em crescimento rápido acima de tudo, direcionado para uma saída bem-sucedida em termos que priorizam os interesses dos capitalistas de risco. As condições associadas ao capital de risco explicam por que as práticas de negócios das startups financiadas por capitalistas de risco são tão diferentes das práticas de negócios da maioria das empresas tradicionais e por que elas são capazes e estão dispostas a queimar tanto dinheiro tão rapidamente, e por que prestam tão pouca atenção a preocupações empresariais tradicionais, como geração de receita e lucratividade. Mas essas condições também destacam a precariedade de muitas startups e como elas são tão vulneráveis ao colapso: as coisas podem estar bem enquanto os fundos estão fluindo, mas se uma startup não estiver crescendo suficientemente rápido e alcançando o tipo de tração esperado, o fluxo de caixa pode ser cortado muito rapidamente e, ao contrário de um negócio tradicional com suas próprias fontes de receita, ela geralmente terá pouco para se sustentar.

Para os empreendedores que buscam inovar no Vale do Silício e em outras regiões de alta tecnologia, garantir financiamento de capital de risco é uma parte atraente, quase obrigatória, da cultura de startups. Adquirir instalações e contratar funcionários (especialmente programadores altamente qualificados e outros profissionais técnicos) é um negócio caro, e uma grande injeção de capital de risco pode fornecer a uma startup a liquidez necessária para acelerar o processo de desenvolvimento. Ao permitir que um empreendedor construa uma organização rapidamente e desenvolva e implemente novas tecnologias em velocidade e escala, o capital de risco pode ser um grande impulsionador da inovação tecnológica – e sem uma organização para sustentá-lo e apoiá-lo, o processo de inovação pode nem sequer sair do papel. No entanto, as condições associadas ao capital de risco têm consequências significativas para o processo de inovação. Elas estabelecem um caminho de desenvolvimento para as startups que é, ao mesmo tempo, constrangedor e habilitador, prendendo-as a uma trajetória de desenvolvimento sobre a qual os fundadores ou empreendedores podem ter muito pouco controle. O interesse dos capitalistas de risco

é ver a empresa crescer o mais rápido possível, ganhar tração e se tornar a líder dominante no mercado: desenvolver-se dessa forma maximizará as chances de a empresa alcançar o objetivo final dos capitalistas de risco, que é sair do negócio com um retorno de dez vezes ou mais. Para os empreendedores que estão dispostos a alinhar seus objetivos com os interesses e metas dos capitalistas de risco e aceitar os riscos envolvidos, incluindo ter seu fluxo de recursos cortado repentinamente, as condições associadas ao capital de risco podem ser um preço aceitável a pagar pelos benefícios que essas startups recebem. Mas para outras startups, especialmente aquelas que estão trabalhando em tecnologias ou outros projetos que provavelmente não alcançarão o tipo de crescimento rápido e tração que os capitalistas de risco geralmente buscam, pode ser melhor a longo prazo se conseguirem se estabelecer e sobreviver sem o apoio dos capitalistas de risco, contando com outras fontes de financiamento que não estejam tão orientadas para o conceito de saída bem-sucedida dos capitalistas de risco e focando mais na geração de fluxos de receita que lhes permitam se tornar lucrativas e se sustentarem como negócios independentes. Elas não se beneficiarão das grandes injeções de capital financeiro desfrutadas pelas startups financiadas por capitalistas de risco, mas também estarão menos restritas pelos interesses e prioridades dos capitalistas de risco; terão mais liberdade para definir seus próprios objetivos e inovar da maneira que considerarem adequada e, a longo prazo, poderão ter mais controle sobre seu próprio destino. ■

REFERÊNCIAS

- Bourdieu, P. (1993a). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. Polity.
- Bourdieu, P. (1993b). Some properties and fields. In P. Bourdieu, *Sociology in question* (pp. 72-77). Sage.
- Bourdieu, P. (1996). *The rules of art: Genesis and structure of the literary field*. Polity.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- Herbert, D., Lotz, A. D., & Marshall, L. (2019). Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. *International Journal of Cultural Studies*, 22(3), 349-366. <https://doi.org/10.1177/1367877918813245>
- Kafka, P., & Bergen, M. (2015, September 21). Oyster, a Netflix for books, is shutting down. But most of its team is heading to Google. *Vox*. <https://tinyurl.com/3j33fw5z>

- Kenney, M. (Ed.). (2000). *Understanding Silicon Valley: The anatomy of an entrepreneurial region*. Stanford University Press.
- Kupor, S. (2019). *Secrets of Sand Hill Road: Venture capital and how to get it*. Penguin Random House.
- Lécuyer, C. (2006). *Making Silicon Valley: Innovation and the growth of high tech, 1930-1970*. MIT Press.
- Lotz, A. D. (2021). *Media disrupted: Surviving pirates, cannibals, and streaming wars*. MIT Press.
- Nicholas, T. (2019). *VC: An American history*. Harvard University Press.
- Reid, R. H. (1997). *Architects of the web: 1,000 days that built the future of business*. John Wiley & Sons.
- Saxenian, A. (1994). *Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128*. Harvard University Press.
- Thompson, J. B. (2005). Merchants of culture. In J. B. Thompson, *Books in the digital age: The transformation of academic and higher education publishing in Britain and the United States* (pp. 3-14). Polity.
- Thompson, J. B. (2012). *Merchants of culture: The publishing business in the twenty-first century* (2nd ed.). Polity.
- Thompson, J. B. (2021). *Book wars: The digital revolution in publishing*. Polity.

Artigo recebido em 31 de julho de 2024 e aprovado em 14 de agosto de 2024.

A Dramaturgia de Flusser

The Dramaturgy of Flusser

LUCRÉCIA D'ALESSIO FERRARA^a

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. São Paulo – SP, Brasil

RESUMO

Este trabalho está voltado para o estudo de *A História do Diabo* e observa que o texto se desenvolve como cena dramática, em estranha relação com a realidade, supostamente encenada pelo pecado sob a direção do diabo. O artigo divide-se em três partes nomeadas como: Formas de Pensar, Formas de Dizer e Formas de Entender, e tem em vista estudar o modo como Flusser utiliza analogias e alegorias para aproximar a ficção da obra e o próprio contemporâneo nos seus exercícios de poder e de banalização de todos os estados de exceção.

Palavras-chave: Dramaturgia, analogia, alegoria, comunicação, política

^a Professora titular aposentada da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP) e professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4727-9817>. E-mail: lucreciadalessioferrara@gmail.com

ABSTRACT

This study examines *The History of the Devil* and analyzes how the text unfolds as a dramatic scene, depicting a peculiar connection with reality, seemingly orchestrated by sin under the guidance of the devil. This study is structured into three sections titled “Ways of Thinking,” “Ways of Saying,” and “Ways of Understanding.” It aims to analyze how Flusser employs analogies and allegories to establish a connection between fiction and the contemporary world in its exercises of power and trivialization of all states of exception.

Keywords: Dramaturgy, analogy, allegory, communication, politics

FORMAS DE PENSAR

O diabo criou os céus, para criar a terra. E criou a Terra, para criar a vida. E criou a vida, para criar a humanidade. E criou a humanidade, para criar o espírito humano, palavras: a Terra é o palco do pecado. (Flusser, 2005, p. 45)

Juntemos, portanto, toda a nossa coragem, ao levantarmos o pano da cena da vida, cena na qual se processa o nosso próprio drama. (Flusser, 2005, p. 52)

Nada mais será preciso acrescentar a estas breves notas . . . senão o meu parecer sobre o problema em causa: creio que o mundo de hoje pode ser reproduzido, mesmo no teatro, mas somente se for concebido como um mundo suscetível de modificação. (Brecht, 1978, p. 7)

MUITOS AFIRMAM QUE não superaremos nosso tempo ou sua trama cênica sem evidentes modificações. Nossa doença não é aquela da saúde, mas aquela da alma que exige que nos coloquemos ante o mundo, mas de outra maneira. Superar a doença da alma exige produzir reflexões, ou outro nome qualquer que signifique conhecimento através da experiência: nesse sentido, toda doença é uma categoria de análise. Exige, por exemplo, ir além do simples descompromisso descritivo com a obra de um autor, ou seja, exige superar a monografia sobre um autor, trabalhar a partir dele e das suas sugestões: para superar é necessário ir além do autor, a fim de ser possível descobrir a obra e seu modo de produção. Essa pode ser uma tarefa doentia pela qual, em diálogo, mas não sem confronto, o autor interpela o leitor e o leva a parar para rever ou ver de novo o que lhe parece rotineiro e igual. Toda doença supõe um deslocamento daquilo que parece comum, uma fratura na rotina ou necessidade de fazer parar, para poder ver o antes e o depois: toda doença supõe um antes e um depois, uma conferência do tempo no tempo. Toda doença envolve uma temporalidade.

Entretanto, proponho prudência no trabalho, para tanto, procuro entender Flusser a partir de uma única obra, que surge como síntese possível de toda a obra do autor. Trata-se de *A História do Diabo* estudada, não apenas nas suas formas exclusivas de saber pensar, dizer e entender. Ao contrário, no decurso deste estudo, confronto-me com passagens de *A Dúvida* e o texto de uma conferência que leva como título *Artifício, Artefato, Artimanha*.

Em *A História do Diabo*, o conceito essencial é a história acionada pelo diabo; assim como a ciência o é pela dúvida; a vida, pelo modo de pensar. Pensar é uma operação arriscada que exige audácia, espírito de aventura e, sobretudo, bom

humor. É dessa forma alegre que Flusser nos apresenta seu conceito essencial de história, acompanhado por outros igualmente intrigantes: a ciência, a vida, a filosofia como modo de pensar a necessidade de dominar o mundo; a arte, como superfície abstraída de volume ou aquela outra que, técnica, substitui o peso volumétrico do espaço tridimensional, substituindo-o pelo bidimensional técnico, feito de superfícies programadas e marcadas por pontos e números. Entre todos esses conceitos, o mais perigoso concentra-se na filosofia, que acredita ser possível dominar a existência pela ilusão da criação intelectual. Porém, essas elaborações não são senão conceitos, muitas vezes distantes da experiência elaborada pela aprendizagem.

Porém, essas constatações são conceitos que ocupam a reflexão de Flusser e, dessa forma, são abstratos. Segundo Deleuze & Guattari (1992, p. 25), conceitos são abstrações, agitadas por acionamentos insólitos que tratam de concretizar o trabalho intelectual. Para tanto, transformam-no em cena que, como ficção teatral, supera aquela abstração e a transforma em modo de entender a história, a vida, a arte, a técnica e a própria filosofia. Os dois filósofos mencionados oferecem caminhos para entender o pensar de Flusser e, sobretudo, seu método. Nas respectivas composições, os ensaios de Flusser escondem seu pavor ou desprezo pela academia e, talvez, mas ao mesmo tempo, pela filosofia que, apresentada como provocação, surge como atuação ficcional que faz ver a realidade com outra tonalidade e, possivelmente, como pensamento de alguém fora do tempo ou marcado pelo excesso do tempo que, se ficcional, se descompassa do ritmo da rotina, semelhante àquilo que procuramos fazer para ser possível viver o contemporâneo.

Desse modo, *A História do Diabo* é uma provocação e nos exige retomar o conceito de história que, de modo constante, sempre reaparece na obra do autor, embora com novas conotações. Em *A História do Diabo*, é necessário apreender o modo como Flusser constrói o conceito de história e o modo como supera a abstração, para ser possível redescobri-la nas suas dimensões ou consequências concretas. É necessário perceber como o conceito se transforma em ação que o faz concreto e capaz de presença e cena em construção. É necessário apreender como a história se transforma em personagem ficcional disponível à crença que, com peso ideológico, se disfarça em modo de pensar. Escondendo-se do conceito hermético, o autor surge irônico e alegre, permitindo-se brincar com a filosofia. É possível que Flusser brinque de ser filósofo, mas essa brincadeira ele a aprendeu jogando ficcionalmente com o diabo, seu grande parceiro.

Esse modo de pensar brincando faz com que não tenhamos a tentação de nos pormos a pensar qual é o matiz da história criada em *A História do Diabo*, ao contrário, é suficiente saber qual é a raiz da ficção criada pelo diabo,

vista por Flusser. Assim, podemos ter uma ficção tomada pelo avesso, como narrativa que parece realidade, ou podemos ter a realidade travestida como se ficção fosse: essa é a regra capital do jogo. Isso nos leva a pensar a filosofia de modo ficcional e somos levados a perceber que o diabo é personagem (Deleuze & Guattari, 1992, p. 81) que joga com conceitos, ou seja, o diabo é um anjo que joga com a linguagem do filósofo. Portanto, seu primeiro gesto histórico é brincar de desmontar conceitos.

A História do Diabo é um conjunto de conceitos, mas não são autoexplicativos ou autorreferentes, não nos são dados de modo imediato, exigem ser pensados nos detalhes que os tornam ficções, mas apresentados como se realidades fossem. Flusser propõe uma filosofia que, se pensada através de conceitos, poderia ser apresentada nas suas causas e consequências. Entretanto, essa não é a posição escolhida pelo autor. Para superar essa linearidade causal, é necessário aprender, com Flusser, a caminhar em vias transversais que, percorrendo a escritura histórica, decorrem das artes do diabo. O argumento dessa escritura chama-se pecado. O diabo e os pecados são as personagens que dramatizam a história e apresentam um capítulo de Flusser dramaturgo.

Enquanto conceito, a história é, pois, uma interrogação. Exige ser respondida, mas sua resposta está na brincadeira que nos leva a brincar com conceitos. Os conceitos jogam entre si e o diabo “afia e amola” o modo de brincar para que aprendamos, com ele, a jogar alegremente com conceitos. Nesse sentido, *A História do Diabo* nos ensina a jogar com a história, e a primeira lição consiste em aprender a brincar com conceitos.

Construídos, os conceitos são fechados e herméticos, portanto, apresentam-se como enigmas a serem desvendados, e essa operação é outra partida do jogo que somos levados a aprender, até descobrir que podemos aprender a construir conceitos e, com eles, jogar, e sermos levados, algumas vezes, a nos confundir e criar confusão, porque não é próprio dos conceitos serem pacíficos e ordenados, ao contrário, são polêmicos, porque desafiantes. *A História do Diabo* é uma brincadeira com conceitos que enrolam todos os conceitos criados e jogados por Flusser, e não é fácil elencá-los, assumi-los e usá-los. Vamos aos conceitos criados e selecionados por Flusser, mas inspirados pelo diabo. O conceito central é o de história que, linear, é subjugada pelo tempo: “Chamarei de influência divina tudo que tende para a superação do tempo. Chamarei de influência diabólica tudo aquilo que tende para a preservação do mundo no tempo” (Flusser, 2005, p. 23).

Nesse exercício, observa-se que a história do tempo linear se opõe à eternidade como superação do tempo, assim como a temporalidade do diabo opõe-se à eternidade de deus. Essas oposições instauram um parâmetro que, dividindo

aquilo que poderia ser único, oferece ao mundo dos conceitos seu eixo vital: a polarização, que será matriz da cultura do tempo em antes e depois. Separam-se o tempo e a eternidade, a história linear e a história que se conta, o homem e o animal, deus e o diabo.

A primeira lição do jogo proposto por Flusser consiste em observar a desarticulação que condenou Adão e Eva ao pecado. Com essa condenação, o pecado lidera o pensar, comandado pela história que assume a culpa como signo do pecado e do ocidente. Embora não acadêmico, Flusser trata de um conceito vital para o mundo ocidental dominado pelo tempo linear e, através dele, o autor assume sua vertente filosófica. Mas como é antiacadêmico, o faz brincando e, portanto, lhe é permitido transformar a história em ficção, em cena sem tempo, nem espaço. Esse é o jogo que Flusser aprende com o diabo e, ambos, nos ensinam a jogar entre pecados.

No jogo com a história linear, os pecados tradicionais, contados como sete, mudam de nome:

Soberba é consciência de si mesmo, Avareza é economia. Luxúria é instinto/ afirmação da vida, Gula é melhora do standard de vida, Inveja é luta pela justiça social e liberdade política, Ira é recusa a aceitar as limitações impostas à vontade humana; portanto, é dignidade. Tristeza ou preguiça é o estágio alcançado pela meditação calma da filosofia. (Flusser, 2005, p. 25)

Mudar de nome significa traduzir o que parece obscuro e abstrato e essa é a primeira lição ensinada pelo diabo. Mudar de nome significa banalizar o sentido que, finalmente, se torna habitual e, na sua versão simplificada, tudo afirma, sem nada conceituar. Mudar de nome significa tornar banal o pecado e, como tal, independe de o aceitarmos ou não, pois, traduzido, o pecado perde sua vergonha e supera o original pecado de Adão e Eva e, também, os pecados capitais que lhe são congêneres. Portanto, traduzir enquanto mudar de nome significa fazer com que o pecado se torne habitual e perca seu impacto abstrato e conceitual; é transdução, porque inverte o sentido do nome traduzido e torna banal o sentido primeiro. Além disso, mudar de nome significa mudar de condição histórica, significa transformar a vida em ficção que, escrevendo a história, a transforma em cena dramática. Apresenta o pecado como coadjuvante do diabo, ou seu homólogo banalizado. Flusser é, portanto, um dramaturgo que transforma o pecado em conceito matricial, responsável pela escritura da história do ocidente, uma história escrita pelo diabo.

Nesse sentido, Flusser nos faz trabalhar com conceitos, mas nos faz acreditar que brincamos com a história, com o tempo, com deus e com o diabo.

Aprendemos a arte diabólica de ser quase deuses e passamos a acreditar que criamos a natureza, a técnica, a arte, a história e o destino do mundo. Leva-nos a acreditar que não pecamos, pois somos capazes de criar como deuses. Essa é a primeira lição do diabo, ao nos ensinar como trabalhar com conceitos, através do pecado. O pecado é, para o diabo, o grande conceito e caminho da história.

FORMAS DE DIZER

Traduzindo, é possível pensar que o diabo não é tão feio quanto se pensa, ao contrário, é análogo ao seu parceiro na brincadeira de criar a natureza, o mundo e os homens. O diabo é análogo a deus e, como ele, é criador, mas o faz carnavalizando a criação, banalizando-a através de formas de dizer, que se afastam do sentido histórico da criação e a apresentam como brincadeira em cena: o diabo será concebido como aquilo que age dentro do mundo fenomenal para mantê-lo, e evitar que seja transformado e salvo “do ponto de vista do puro Ser, será o ‘divino’ o agente criador e o ‘diabo’ será aniquilamento” (Flusser, 2005, p. 23). Nesse fluxo de ideias, passa a estar clara a tendência teológica e assinada, no percurso de Flusser, sua adesão à filosofia próxima à escolástica, com a diferença de que, para Flusser, toda teologia é a ironia da crença na certeza e, portanto, disponível à brincadeira quase inconsequente e, possivelmente, capaz de considerar que a aproximação entre deus e o diabo ocorre como uma leitura da história ocidental que se expande desde a pré-história, escrita por Adão e Eva, até à própria formulação do pecado original e da culpa.

O diabo, e seu homólogo, são personagens da cena, agem dramaticamente e atuam em papéis que se confundem com pecados que surgem como falsos, pois são papéis cênicos: “ordenados, servirão os pecados como palcos da atividade diabólica a ser descrita” (Flusser, 2005, p. 45). Nessa cena dramática estamos no território do faz de conta e iniciamos uma viagem ao inferno, construída com formas de dizer que se registram, ao dizerem-se como formas de fazer. O diabo fala e age.

Entretanto, essa ação é confusa e nada afirma, mas tudo sugere. Essa forma de dizer através de sugestões, constrói-se pela reversibilidade circular traçada entre a criação divina e aquela do diabo: as duas ações parecem se aproximar e nada nos leva a admitir as específicas diferenças, ou seja, deus e o diabo são capazes de criar e essa capacidade os identifica. O elemento que relaciona os dois protagonistas é a identidade da capacidade de criar coisas que, também, parecem idênticas. Entretanto, se essa identidade os aproxima, há uma sensível diferença em relação àquilo que criam, ou seja, se a criação divina consiste em criar o homem à imagem e semelhança da sua perfeição (Gên 1,26-28), o diabo,

ao contrário, não cria diretamente mas, travestido de serpente, estimula a contra-venção, apesar dos alertas de deus às suas criaturas (Gên 1,14-18). O diabo cria o pecado que, como anátema, acompanha os homens. Se o artifício de deus ao povoar a terra como um éden foi criar o homem à sua imagem e semelhança, o diabo criou o pecado como artefato, capaz de induzir a decadência do homem, ao povoar a terra com suas empresas.

Essa adesão narrativa situa *A História do Diabo* e seu autor no eixo da teologia judaico-cristã, que constitui tema desenvolvido por uma das manifestações cognitivas mais cultivadas do ocidente, a escolástica. Através da transversalidade da cena dramática, o autor se aproxima da via da qual preferia afastar-se definitivamente, a filosofia. Travestida em modos de dizer, a filosofia parece emudecer ou, no máximo, se traduz como assinatura de uma inferência que se apresenta como ficção e, portanto, constitui máscara do plano reflexivo, mas ela lhe dá imanência comunicativa e peculiar consistência. É essa máscara que permite ao autor afirmar e, como se estivesse brincando, provocar o leitor: “O leitor agora conhece as dúvidas e as tensões internas que provocaram este livro. Não obstante, pedimos que arrisque conosco a viagem ao inferno” (Flusser, 2005, p. 29).

Observa-se, portanto, que a magia daquela estratégia dramática está em traçar uma identidade que constitui, de um lado, atributo da ação dramática desenvolvida e, de outro, mostrar que a capacidade de criar é comum a deus e ao diabo, embora assinalando um vetor que demarca a diferença entre as duas personagens. Surge a polarização que, estabelecendo dicotomias, restringe a identidade à natureza lógica daquilo que se opõe e, para ser entendido, deve ser despolarizado. Surge então a tensão entre o pecado e a virtude, entre deus o diabo, entre o bem e o mal, entre o certo e o errado, entre o tempo e o espaço, entre a história e o conhecimento dos homens. A identidade é única, mas, em confronto com limites ou polarizações, permite o surgimento daquilo que lhe é distinto, a diferença.

Enquanto indecisão que faz com que diferença seja reduzida à oposição, surge o conflito e o antagonismo entre deus e o diabo e, para o homem, não se admite o consenso que, entendido como conversa fiada, apresenta a dimensão mais clara da sua ação conciliadora. Nesse sentido, o diabo desconhece a diferença e a substitui pela oposição para alcançar a única salvação possível: a criação de outro imaginário que nos permite acreditar que é possível desconsiderar o pecado. Dessa forma, o pecado surge redimido, porque se apresenta como provação ou um mal pedagógico, a nos ensinar as possibilidades de alcançar, outra vez, o paraíso que, construído pelo progresso, se apresenta como oposição ao passado. O homem não percebe que só é possível aprender através daquilo que nos surge como antagonico ou diferente da vida passiva e eternamente feliz; mais

uma ilusão disseminada pelo diabo e o homem acredita ser possível recriar, na terra, o éden perdido, mas, agora, reinventado pela técnica.

Surge, no seio da identidade, o domínio da analogia que nada explica. Pois, banalizando a tensão entre o positivo e o negativo das anteriores dicotomias, parece querer nos fazer entender que é possível superar os limites impostos pela identidade e descobrir um terceiro vetor que, contraditório, pode se aproximar da diferença. Ao contrário dessa evidência, aprende-se que a oposição é não contraditória e, naturalmente, é simétrica à identidade. Desse modo, deus e o diabo têm análoga capacidade de criar e suas identidades podem ser simétricas:

Tentativas de superar a lógica binária foram feitas em todas as épocas . . . Mas talvez a dificuldade dessas tentativas foi querer pensar uma nova lógica, que deveria substituir ponto a ponto a velha lógica binária na sua função de governar a consciência. Contudo a estratégia da analogia é diferente. Ela intervém nas dicotomias lógicas nos pontos externos e paralisantes das suas variações, não para lhes compor uma síntese superior, mas para transformá-las em um campo de força, repleto de tensões polarizadas, nas quais perdem a respectiva identidade substancial. Adota-se o partido do terceiro excluído, que define a essência da lógica bivalente fundamentada na identidade e na não contradição¹. (Agamben, 2004, p. XVII)

Parecendo superar a anterior polaridade entre deus e o diabo, a analogia traça outro reconhecimento da história que, transversal às oposições geradas pelas dicotomias identitárias, permite descobrir a ambivalência daquilo que, definitivamente contraditório, é indecível entre os polos dicotômicos vistos antes:

Mas essa indiferença é criativa e produtiva, no sentido em que, neutralizando as dicotomias, abre, entre as duas extremidades, uma saída, uma espécie de superação imanente que constitui um novo ponto de partida². (Agamben, 2004, p. XVII)

Flusser e sua obra sugerem a possibilidade de apresentar uma outra figura do diabo que, pouco a pouco, se afasta do peso da identidade anterior, para se apresentar sugestivo e cativante para o homem que, como criação suprema de deus, se expõe ao pecado que lhe usurpa a anterior semelhança divina e o constrange a uma viagem diabólica. Diferente de deus, o diabo é o adversário do homem e lhe apresenta o pecado que é antagônico à sua identidade, e constitui a possibilidade mais concreta de encontrar outros caminhos que podem superar o pecado.

Superando a tradicional estrutura cognitiva apoiada no anterior campo vetorial entre a virtude e o pecado, Flusser nos permite entender que deus e o diabo se diversificam. Para tanto, cria uma cena dramática análoga àquela

¹ No original: "Tentativi di superare la logica binaria sono stati fatti in ogni epoca . . . Ma forse il vizio di questi tentativi era di voler pensare una nuova logica, che doveva sostituire punto per punto la vecchia logica binaria nella sua funzione di governo della conoscenza. La strategia dell'anaalogia è affatto diversa. Essa interviene nelle dicotomie logiche nel punto della loro più estrema e paralizzante divaricazione, non per comporle in una sintesi superiore, ma per trasformarle in un campo di forza percorso da tensioni polari, in cui esse perdono la loro identità sostanziali. Si prenda il principio del terzo escluso, che definisce l'essenza delle logiche bivalente fondate sull'identità o la non-contraddizione".

² No original: "Ma questa indifferenza è creatrice e produttiva, nel senso che, neutralizzando la dicotomia, apre fra i due estremi una via di uscita, una sorta di sorpasso immanente che costituisce un nuovo punto di partenza".

do éden, porém ficcional. Nessa estratégia lhe é possível ir além dos cânones filosóficos estabelecidos desde a Idade Média e, sutilmente, fazer ver, na terra, a diferença entre a perdida realidade anterior e aquela que ainda lhe é possível atingir, na medida em que pode descobrir como ir além do pecado. O diabo não é tão feio como o conhecemos:

. . . a evolução do diabo e a evolução da vida são pelo menos paralelas. . . . Uma das teses deste livro será, com efeito, a afirmativa de que a evolução da vida não passa de encarnação da evolução do diabo. (Flusser, 2005, p. 24)

As formas de dizer são superiores àquilo que se escreve ou se pensa porque, mais do que explicar, constroem o concreto que, análogo ao desejado, chama a atenção para possíveis consequências, através de cesuras semânticas inusitadas. Desse modo, as formas de dizer nada explicam, para tudo ou quase tudo poder dizer de modo inconcluso, indeterminado, uma vertigem de dizer por dizer. Distinguem-se a afirmação e a forma de dizer, a oposição e o antagônico, o conceito e a inferência, o abstrato e o concreto, a lógica e a analógica.

Secundando aquela viagem diabólica enfatizada antes, observa-se que o plano de *A História do Diabo* é uma tentativa de descrever o caminho do diabo em múltiplas camadas, para produzir uma visão total do diabo. Flusser nos induz a essa visão total através do dizer, através do modo como decodifica o mundo contemporâneo como realidade, possivelmente ficcional, mas antagônica ao falso, por apontar a resistência como ação que “deve provocar nossa admiração e nosso assombro” (Flusser, 2005, p. 24).

Através dos modos de dizer, monta-se a ação dramática do acaso e seu cenário adequado é a terra:

. . . podemos dizer que a conjunção de circunstâncias e a constelação de influências que possibilitaram a vida na Terra é um gigantesco acaso. . . . Do ponto de vista da máquina celeste, totalmente fortuita e isenta de propósito, o “acaso” que permitiu vida na Terra carece de todo interesse. Não se trata, portanto, de ‘acaso’ mas de apenas uma dentre milhões de constelações possíveis. O ‘acaso’ gigantesco é, portanto, a própria finalidade dos céus. (Flusser, 2005, p. 44)

Nesse estranho percurso de similaridades ou falsas oposições, não estranha que “o acaso desenhe a terra como um crochê,” (Flusser, 2005, p. 48) e, no sentido de tessitura possível, mas não definitiva, não admira que ele a imagine, ou melhor, a transforme em “palco de pecados”, e o lugar de outra idade dramática do diabo:

Devemos, portanto, abandonar a infância do diabo. Seguiremos seus passos para adentrar os prados verdejantes da vida. Conhecemo-lo um pouco, mas apenas intelectualmente. Não provocou nem medo nem ira. . . . Lá ele deverá desvendar o lado ético do seu caráter. Juntemos portanto toda nossa coragem, ao levantarmos o pano da cena da vida, daquela cena na qual se processa o nosso próprio drama. (Flusser, 2005, p. 52)

Drama como ficção que nos faz acreditar que o pecado e a culpa não nos são inerentes e a vida é um drama de fazer de conta. Se a terra é o lugar do diabo, ela o é como lugar dramático pois, nela, ele está em cena e, como personagem, é análogo a deus, com quem se confunde como figura e ação criadora. Mas analogia, não quer dizer identidade. Se análogo a deus, mas não idêntico a ele, o diabo cria, mas à sua maneira.

Ao contrário de deus, o diabo cria o homem à sua imagem e semelhança, não para habitar um paraíso celeste, mas para aprender como é possível criar monstros e, dessa forma, contracenar com o diabo que lhe ensina como criar diferenças diabólicas:

. . . podemos produzir monstros de átomos como o Thorio e o Plutônio, cujos próprios nomes já demonstram sua origem. Thor e Pluto são formas arquetípicas do diabo. (Flusser, 2005, p. 47)

O diabo é análogo a deus e, através do pecado, o homem é capaz de criar e se tornar análogo ao diabo e ser, portanto, quase deus: essa é a outra escritura do Gênesis judaico-cristão que constitui roteiro d' *A História do Diabo*. A síntese desse roteiro substitui a ação criadora de deus, pelo modo como o diabo a traduz e o homem a concretiza. Mas, nessa ação, o diabo pode ser diferente, não expulsa o homem do paraíso, mas o ludibria e o faz acreditar que, com o progresso da técnica, poderá povoar e governar a terra. “Mas o progresso retilíneo é coisa do diabo” (Flusser, 2005, p. 23).

Pela analogia entre as ações, o diabo ensina o homem a acreditar que é semelhante a deus e, despolarizando a tensão anterior, transforma o éden em cena dramática que, ficcional, permite entender que a ação do diabo na terra é somente ficção e pode ser desconsiderada. A primeira cena dessa estranha ficção nos faz admitir que, embora aparentemente, deus e o diabo sejam análogos, mas não idênticos, os homens têm suas ações instigadas pelo diabo, mas não são idênticos. Como autor da *História do Diabo*, Flusser se aproxima da sua própria personagem/homem, mas também, não é idêntico a ela:

Por que temer o diabo? Por que fugir dele? Eis os tipos de perguntas existenciais que este livro proporá explícita e implicitamente. Quem pode prever as respostas? Quem sabe do final de um livro, quando se põe a escrevê-lo? O leitor agora conhece as dúvidas e as tensões internas que provocaram este livro. (Flusser, 2005, p. 29)

Esse discreto desabafo de Flusser nos anuncia sua dúvida ao assumir a posição de autor d' *A História do Diabo*: reconhecer a sutileza da analogia que, sendo semelhante, não mantém a identidade e dispensa, como consequência, a integridade das propriedades que identificam as criações da natureza; a perda do nome próprio que permite a recusa do conhecimento enquanto território do real; a consequente necessidade de refugiar-se no exíguo território de uma personagem que só pode ser reconhecida no palco da vida; ir além da necessidade de renunciar ao pecado como sua característica mais concreta; superar a necessidade de adoção de simulacros do pecado que, embora marquem a história do homem, podem ser diluídos na frágil linearidade histórica que, progressiva, tende a ser esquecida no fluxo do tempo.

A perda da identidade leva o diabo e o homem à procura de outros caminhos e à construção de novos pontos de partida. Exige-se reconhecer que a analogia nada explica, pois se reduz à descrição e aos limites da simples percepção compreensiva que, voltada para o presente imediato, não é capaz de questionar o incompreensível futuro sempre distante e, aparentemente, um inimigo. Essas são as características que o diabo delega aos homens, seus legítimos herdeiros:

Entre a limpeza da vida e a simplicidade da morte, os sonhos, as doenças, os êxtases todos esses estados meio impossíveis, que introduzem, diríamos, valores aproximados, soluções irracionais ou transcendentais na equação do conhecimento apoiado em estranhos degraus, variações e frases inefáveis - porque não temos nomes para as coisas no meio das quais estamos totalmente sozinhos³. (Valéry, 1924, p. 192)

Desse modo, a estranha lógica da analogia conduz ao equívoco daquilo que nada conclui, pois tudo confirma e nega ao mesmo tempo, criando uma aparente liberdade de conhecer.

Aparente porque construída pela indeterminação e marcada pela incompletude do conhecimento: “O gesto que mostra o não senso da lógica binária não exhibe um princípio lógico superior. Mas, sobretudo, o próprio não senso” (Agamben, 2004, p. XVII).

Esse sentido sem lógica e, como consequência, ficcional, só se constrói ao ultrapassar ou superar a dicotomia ou a oposição para fazer aparecer um terceiro

³No original: « Entre la netteté de la vie et la simplicité de la mort, les rêves, les malaises, les extases, tous ses états à demi impossibles, qui introduisent, dirait-on, des valeurs approchées, des solutions irrationnelles ou transcendentales dans l'équation de la connaissance, placent d'étranges degrés, des variétés et des phases ineffables, - car il n'est point de noms pour des choses parmi lesquelles on est bien seul ».

⁴No original: « Il gesto che mostra il non-senso della logica binaria, non esibisce un principio logico superiore, ma piuttosto anche il proprio non-senso ».

imprevisível: “O terceiro se coloca aqui somente através da de identificação e da neutralização dos dois primeiros que se tornam então um campo de tensões vetoriais”⁴ (Agamben, 2004, p. XVII).

FORMAS DE ENTENDER COMO ARTIMANHAS DO HOMEM

Como um terceiro na polarização entre identidade e oposição, a analogia atua como lúgubre caracterização de um anjo sem nome que, apontado como um pobre diabo na sua força de construir o pecado dos homens, surge como último e definitivo embuste histórico, constituído pela terceira e definitiva ilusão: as possíveis traduções do pecado. Outras formas de dizer, agora construídas através de formas desprovidas de originalidade, porque são compostas por palavras que compõem o cotidiano daquilo que, fruto da produção do homem no exercício do pecado, surge banalizado como inconsequente decorrência cotidiana. Surgem os elementos que traduzem os sete pecados capitais, agora travestidos em formas banais: as alegorias são estratégicas para poder dizer o que deve ser dito porque, banalizando o dogmatismo totalizante e desacreditado desde o início, podem criar outra sedução de leitura. Aprendendo com o diabo, o homem é capaz de jogar com artimanhas e criar disfarces:

Condensaram-se do espírito céus e terra, para produzirem o rio da vida que flui à procura do oceano do espírito. Propositamente, e por razões práticas, estamos recorrendo à alegoria da circulação da água ao descrevermos o fenômeno da vida. Nessa alegoria banal estão condensados múltiplos aspectos de vida em uma única imagem. . . . a unicidade amorfa da vida, na qual os indivíduos, aparentemente distintos não passam de ilusão, qual gotas de rio ou chuva. E muitos outros aspectos se escondem nessa alegoria, aspectos que apontam o diabo e a Divindade, os quais não queremos nem sugerir, e muito menos articular explicitamente. . . . O impacto pleno da analogia com a água é-nos portanto vedado e será necessário uma disposição diferente para captá-lo. . . . No presente capítulo tentaremos compreender apenas o aspecto ocidental da fluidez da vida, a saber, o significado literal do termo ‘fluidez dos processos da vida.’ (Flusser, 2005, p. 53-54)

Na analogia da fluidez da vida como água, os pecados perdem a aura que os faziam vernaculares e originais e assumem o lugar banal daquele pecado de todos os dias e, portanto, virtualizado. O pecado que surgiu como um intruso ao desmontar a lógica funcional do paraíso torna-se banal e lhe cabe, agora, o disfarce de uma produção quasehumana: o pecado se apresenta como esfinge do diabo. As produções humanas são analogias do diabo, mas

são conversações: “A vida é um dos temas da conversação, quiçá seu único tema” (Flusser, 2005, p. 71).

Mas o que é uma conversação? ‘A conversação é o aspecto intelectual do tempo’. O progresso da conversação sendo o ‘nosso’ progresso intelectual é, para nós, como um pensamento idêntico ao progresso do tempo. O passado é o ‘conversado’, o presente é o ‘conversandose’ e o futuro é o ‘a conversar’. Desse ângulo ‘progresso’ e ‘deca-dência’, ‘desenvolvimento’ e ‘exaustão’ tornam-se sinônimos. (Flusser, 1999, p. 69)

O impulso criativo das produções pecaminosas são banalizadas, desautorizadas e desqualificadas enquanto pecado: aquilo que era comunhão do homem com a natureza, torna-se frustração sexual (luxúria); a materialização do simbólico na gama de sentidos da linguística, torna-se álibi para a justificativa da criação da técnica como necessidade (ira); o percurso civilizatório transforma os processos naturais do metabolismo orgânico em produtos industriais de inconsequente consumo apazível (gula); a procura pela ascensão e a manutenção de posições sociais fazem com que todos os meios sejam eticamente justificáveis e todos os estados de exceção tornem-se normais e necessários (inveja e avareza); no ócio ético que é conferido pelas posições conquistadas, o homem se ausenta e silencia no solilóquio do próprio eu, e todos lhe aparecem como inimigos usurpadores da sua conquista (soberba); isolando-se, o homem está finalmente só, outra vez, mas triste e vadio ausenta-se da luta e, afinal, conforma-se, pois não se pode ter tudo (preguiça). O homem conforma-se com seu destino, e sua história é algo que ocorreu sem ter acontecido (pós-história). Essa é a escritura que marca a passagem da analogia para a alegoria como última arma encontrada por Flusser, para fazer o homem entender que o que lhe está à volta demanda reações históricas que, se podem parecer pecaminosas, são sobretudo humanas, muito humanas:

... assim poderíamos afirmar que a nossa tentativa de fugir do diabo é um outro aspecto da nossa tentativa de emergir da temporalidade e ingressar no reino das Mães imutáveis. (Flusser, 2004, p. 21)

Nessa tradução do pecado, Flusser encontra uma forma de dar à sua dramaturgia uma dimensão menos pretensiosa e mais fantasiosa, ou seja, o pecado é uma alegoria da conversa fiada. Retira da analogia a pretensão de ser um terceiro termo dissidente da lógica montada como polarização binária. Ao contrário, dá à analogia outro papel, mais modesto e natural, pois é mais humano: transforma-se a analogia em alegoria que, polissensível, é sobretudo incompreensível.

Enquanto procedimento de linguagem, a alegoria encontra-se em semente na analogia, embora necessite da cena dramática para expressar toda sua potencialidade mímica, dar livre curso à imaginação e transformar a lógica reflexiva em uma dissidência da linguagem e da expressão: a alegoria nasce de uma espécie de resíduo lógico da reflexão, um equívoco do pensamento; nesse sentido, toda alegoria é analógica, mas nem toda analogia é alegórica (Melandri, 2004, p. 76).

Dramática, a alegoria não é uma convencionalidade signíca e, portanto, para alcançar-lhe a essência, é necessário atingir estranhas semelhanças supersensíveis que, sugeridas pela mimese e pela similaridade, são construídas pela imaginação. É necessário ir além da lógica e alcançar aquilo que está na raiz antiparalisante da analogia, ou seja, encontrar aquilo que está escondido nas alegorias. O que se esconde atrás das formas de dizer e desafia nossa compreensão? O que o pecado esconde ou abstrai? Como podemos entender Flusser a partir d' *A História do Diabo*? Como é possível entender a anti-história da pós-história?

No prefácio da *A História do Diabo* publicado em 1965, Flusser afirma que se trata de meditações e esclarece:

As meditações tiveram, com efeito, duas fases. A primeira teve início com a minha expulsão, pelos nazistas, de uma realidade chamada 'Praga' e resultou em anotações em alemão que não foram publicadas. A segunda fase teve início com a minha integração na realidade chamada 'Brasil' e resultou no presente livro. Duas pessoas tiveram influência decisiva sobre a primeira fase: Alexandre Bloch e Helmut Wolff, ambos radicados em São Paulo. Fiquei no fogo cruzado entre essas duas mentalidades opostas: entre tristeza e luxúria, ambas em procura desesperada de uma fé salvadora. A minha mente se tornou palco de luta entre essas duas mentalidades. Espero que ambos se reconheçam no meu espelho, embora de maneira distorcida. Na segunda fase, sofri quatro impactos: o primeiro veio de um grupo de rapazes e moças, representantes do melhor que há na nossa juventude . . . O grupo de rapazes e moças, amigos da minha filha, se reunia em minha casa para "discutir", isto é, para procurar uma abertura honesta na situação que nos cerca... Espero que esta luta tenha contribuído para a formação de suas mentes, como contribuiu para a da minha. Se não me engano, pode a cultura brasileira esperar contribuições significativas desses jovens. (Flusser, 2005, p. 19)

Essa marca autobiográfica assinala o caráter reflexivo desse livro e, sobretudo, sua intenção comunicativa com outras mentes ou, talvez, pretenda procurar adesões, de modo atravessado e alegórico, à sua inquietação de entender realidades díspares para comunicá-las ou tirar delas o melhor ensino e aprendizagem. A intenção do livro trabalha de modo alegórico o saber dizer, transformando-o

em forma de perguntar, que é melhor do que aprender. *A História do Diabo* é uma alegoria do mundo contemporâneo voltado para a consagração da técnica e, através dela, para uma possível história capaz de ser recomeçada, sem reconstruções daquilo que foi obra de diabo e máscara do pecado. Mas, para tanto, é necessário entender aquilo que o diabo arquiteta na história e aquilo que o pecado esconde. Esconde aquilo que a dialética, como obra do diabo, nos apresenta, a fim de esconder:

O amplo horizonte secular e histórico que Görres e Creuzer atribuem à intenção alegórica, enquanto história natural, pré-história da significação ou da intenção, é de natureza dialética. . . . ao passo que, no símbolo, com a transfiguração do declínio, o rosto metamorfoseado da natureza se revela fugazmente à luz da salvação, a alegoria mostra ao observador a facies hipocrita da história como protopaisagem petrificada . . . (Benjamin, 1984, p. 188).

Será a dialética uma conversa fiada e, portanto, outro artefato do diabo que ensina o homem a escrever a história como anti-história sem tempo e, portanto, sem culpa? Ou será a dialética uma artimanha que o homem aprendeu com o diabo, a fim de empalidecer a face sombria do pecado e transformá-lo em invenções marcadas pelo progresso, que é um tempo sem tempo, determinado pela técnica e festejado como invenção?

Os pecados se transformam em eufemismos, renomeados como realizações do homem: a luxúria transforma o sexo em vida, descoberta científica; capacidade de ler, narrar e escrever são entendidos como privilégios de classe social; a ira é sucedânea da lei, mas o é, também e ao mesmo tempo, imprevisibilidade do acaso que é também um agente da história; a gula é capaz de transformar a matéria-prima em produto que dá lugar à festa do consumo aparentemente comum a todos; a inveja supera a avareza em conversação, pois é capaz de encontrar saídas injustas, mas oportunas para fingir superar todos os conflitos; a soberba é adepta da poesia e procura encobrir a ignorância com pseudociência; a preguiça transforma a tristeza do nada-fazer, escondendo-se na torre de marfim que a inverte em necessidade de entretenimento. Os pecados permitem todos os estados de exceção e entendem que os fins justificam todos os meios: admitem, portanto, que sejam considerados normais todos os exercícios inconsequentes do poder, as exclusões, as difamações, as acusações sem provas, as falsas notícias, as explorações, egoísmos e vaidades escondidos em todas as formas de nacionalismos.

Essas inversões são as alegorias do pecado e não escondem suas marcas, mas nos possibilitam encontrar saídas que ainda podem ser decorrências do

pecado ou, talvez, sinais de uma outra forma de técnica que não fará do homem uma alegoria de deus, mas lhe possibilitará admitir que é capaz de ir além da doença pecaminosa de todos os dias. Essa esperança é a última artimanha do homem em convívio com o pecado.

O pecado é resultado da analogia entre deus e o diabo em suas respectivas identidades criadoras: deus cria o homem à sua imagem e semelhança, o diabo criou o pecado, portanto e entre os dois, não cabe ao homem qualquer sombra de culpa, porque ela não o identifica. Ao contrário da analogia entre deus e o diabo, cabe ao homem inventar artimanhas e alegorias que correm ao lado, mas ao largo do pecado, definitivamente banalizado. Se o homem não é responsável pelo pecado e, portanto, não lhe cabe culpa, resta-lhe, ao contrário, a responsabilidade da técnica e suas transformações históricas. O homem é responsável pela História e não há artimanhas e disfarces que possam esconder essa realidade. Aqui se encerra a dramaturgia pedagógica de Flusser.

Mas, como filósofo sem definitivas convicções, o dramaturgo Flusser utiliza os artifícios do diabo para nos sugerir a esperança de um “primeiro sinal de interferência antidiabólica na sinfonia da vida” (Flusser, 2005, p. 68).

O nosso olhar, um tanto cansado, já aceitou sua tese de que a luxúria é a mola mestra da mente, e deixou há muito de acompanhar os malabarismos desses feiticeiros modernos. (Flusser, 2005, p. 76)

Nós, leitores de Flusser, podemos acreditar nessa sugestão e admitir que a dialética pode nos levar a reconhecer os artefatos do diabo e seus artifícios pecaminosos? Teríamos afinal aprendido com *A História do Diabo* e com a dramaturgia de Flusser? Se o conseguimos, saberemos distinguir os disfarces do pecado e aqueles do diabo que, jogando com a história, a entende como alegoria da vida? Seria a alegoria o último disfarce do diabo para nos convencer de que não somos responsáveis pela história? As respostas a essas questões são escolhas a serem feitas, mas não são histórias do diabo! ■

REFERÊNCIAS

- Agamben, G. (2004). Archeologia di un' archeologia. In E. Melandri, *La Linea e Il Circolo Studio logico-filosofico sull' analogia*. Quodlibet.
- Benjamin, W. (1984). *Origem do drama barroco Alemão*. Brasiliense.
- Brecht, B. (1978). *Estudos sobre teatro*. Nova Fronteira.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1992). *O que é a filosofia?* Editora 34.

- Flusser, V. (1983). *Pós-História: Vinte instantâneos e um modo de usar*. Livraria Duas Cidades.
- Flusser, V. (1999). *A Dúvida*. Relume Dumará.
- Flusser, V. (2005). *A História do Diabo*. Annablume.
- Flusser, V. (2016). *Curso “Artifício, Artefato, Artimanha” ministrado por Flusser em 1985*. Arquivo Vilém Flusser São Paulo. <https://www.arquivovilemflussersp.com.br/vilemflusser/?p=595>
- Melandri, E. (2004). *La Linea e Il Circolo: Studio logico-filosofico sull'analogia*. Quodlibet.
- Valéry, P. (1924). *Variétés*. Gallimard.

Artigo recebido em 07 de abril de 2023 e aprovado em 16 de julho de 2024.

Memória do futuro como fenômeno de imprevisibilidade em Iúri Lotman

The memory of the future as a phenomenon of unpredictability in Iuri Lotman

MÔNICA REBECCA FERRARI NUNES^a

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, São Paulo – SP, Brasil

RESUMO

Este artigo é resultado parcial de pesquisa desenvolvida no CNPq, em que se investiga a conceituação e as lógicas que operam a memória do futuro na cultura. Com base nas concepções de Iúri Lotman, o artigo objetiva compreender a memória do futuro como fenômeno de imprevisibilidade. A fundamentação teórico-metodológica contempla: pesquisa bibliográfica em escritos do pensador russo e, pontualmente, em outros autores das Ciências Humanas e Sociais; pesquisa documental e análise empírica das traduções semióticas da fotografia produzida por Régis Bossu, O Beijo. Espera-se demonstrar que, como fenômeno imprevisível, a memória se faz no ir e vir de símbolos, reminiscências e de textos culturais capazes de criar futuros.

Palavras-chave: Memória do futuro, textos culturais, símbolo, Lotman

^a Docente do PPGCOM-ESPM; pesquisadora do CNPq; líder do grupo de pesquisa Mnemon (Memória, Comunicação e Consumo – ESPM/CNPq). Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) com estágio de pós-doutorado em Ciências Sociais. Autora de livros e artigos científicos sobre o campo teórico da memória em sua interface com os estudos de comunicação e consumo.

ABSTRACT

This study stems from a partial result of a CNPq-supported research on the concepts and rationales running the memory of the future in culture. Based on Lotman's concepts, it aims to understand the memory of the future as a phenomenon of unpredictability. Its theoretical and methodological approaches included bibliographic research on Lotman's writings and, at times, on other authors in social and human sciences, document searches, and empirical analysis of semiotic translations of the photography by Régis Bossu, The Kiss. It aims show that, as an unpredictable phenomenon, memory is formed from the come-and-go of symbols, of reminiscences and cultural texts that can create future recollections.

Keywords: memory of the future; texts of culture; symbol; Lotman

A compreensão da memória que apresento é tributária ao pensamento do historiador cultural e semiótico Iúri Mikhailovich Lotman, fazendo-me entendê-la como processo comunicacional e, com as pesquisas mais recentes, observando como também pode ser caracterizada como memória do futuro (Nunes, 2024). Objetiva-se, neste texto, discutir, a partir do autor russo, a conceituação de memória do futuro, objeto de minha pesquisa em andamento no CNPq¹, como fenômeno da imprevisibilidade, considerando a última fase dos trabalhos do teórico da cultura (1999, 2022).

O percurso metodológico traçado se vale de pesquisa bibliográfica voltada especialmente aos escritos de Lotman (1981, 1990, 1996, 1998, 1999, 2022) e, pontualmente, a autoras e autores das Ciências Sociais e Humanas relacionados com o campo teórico da memória, como a historiadora Mary Carruthers (2011), o filósofo Paul Ricoeur (2007) e as semióticas Irene Machado (2022) e Jerusa Pires Ferreira (2004), entre outras. Há também pesquisa documental e análise empírica de textos culturais midiáticos e artísticos, cuja escolha se deu considerando as etapas do projeto de pesquisa apresentado ao CNPq, em que se observa a produção de memórias do futuro em textos culturais midiáticos.

¹O artigo é resultado parcial de pesquisa desenvolvida com bolsa de produtividade do CNPq - PQ 2 (2021-2024). Processo nº 308261/2020-8. Parte deste trabalho foi apresentado oralmente no Seminário Internacional de Celebração do Centenário de Iuri Lotman – Semiótica da Imprevisibilidade, outubro de 2022 na USP (on-line), como uma das conferências.

ASPECTOS TEÓRICOS DA MEMÓRIA EM IÚRI LOTMAN

Como propriedade da semiosfera e dos textos, a memória responde por fazer das janelas do tempo presente uma outra possibilidade de existir, sendo um ato do presente que se volta ao passado e ao futuro. Na tradução portuguesa, Em *Ensaio de Semiótica Soviética*, de Iúri Lotman et al. (1981), lemos o conceito de cultura imiscuído ao de memória. O texto nos põe diante da noção de programa cara aos semióticos de TártuMoscou. Ao definirem cultura como memória da coletividade, os autores exploram “o problema do sistema de regras semióticas segundo as quais a experiência de vida do gênero humano se converte em cultura: regras que, por sua vez, podem ser tratadas precisamente como um programa” (Lotman et al., 1981, p. 41). A memória passa também a ser compreendida como um programa que detém algumas especificidades.

Os pensadores apontam que haveria uma diferença funcional entre a cultura que olha para o passado, do ponto de vista da realização do comportamento, isto é, como um programa, e o próprio programa “que olha para o futuro do ponto de vista de quem o elabora” (Lotman et al., 1981, p. 41). Afirmam que o mesmo texto pode ser uma coisa ou outra, a depender da função que cumpre em uma determinada coletividade em sua vida histórica.

Ainda nesse trabalho, Lotman e Uspenskii apresentam alguns dos pressupostos para a compreensão da memória na cultura como mecanismo comunicacional:

trata-se de reconhecer a importância da longevidade dos textos e dos códigos da memória coletiva. Vale antes esclarecer o termo mecanismo, como o faz Irene Machado no prefácio à edição brasileira dos *Mecanismos imprevisíveis da cultura* (2022), isto é: “mecanismo como definidor do trabalho da semiose como expansão formadora do espaço da cultura” (Machado, 2022, p. 26). A longevidade é um dos problemas centrais no que se refere à cultura e à sua capacidade de organizar e conservar a informação. A relação entre os textos e seus códigos, que não precisam necessariamente corresponder um ao outro de modo direto, põe em evidência a longevidade vinculada à estabilidade, mas também, sugiro, à imprevisibilidade.

A longevidade de textos, segundo os autores, cria no interior das culturas uma hierarquia de valores de modo a tornar mais válidos os textos de maior longevidade. Por outro lado, a longevidade do código é determinada tanto por sua constância quanto por seu dinamismo interno, graças ao qual garante “sua capacidade de mudar conservando ao mesmo tempo a memória dos estados precedentes, e, portanto, autoconsciência da unidade” (Lotman et al., 1981, p. 43). Essa inquietante formulação faz pensar que a memória pode ser também um fenômeno de imprevisibilidade, uma vez que textos e códigos, necessários à sua materialização, precisam tanto da estabilidade para permanecer quanto da transformação, em geral, de efeitos imprevisíveis.

A cultura passa a ser sinônimo de memória longeva da coletividade, contando com o aumento do volume dos textos, mas também com sua redistribuição, o que promove a reorganização do sistema codificante, gerando movência. O aumento de volume da memória se dá, então, às custas de uma reserva de textos que não estava atuante na centralidade da semiosfera, mas que pode ganhar atualidade. Em Lotman e Uspenskii, a memória também se vale de seu par dialético, o esquecimento, como uma das formas de ganhar conteúdo. Desse modo, a transformação de uma cadeia de fatos em texto vem sempre acompanhada por um processo seletivo, o que redundaria na ideia de que todo texto contribui tanto para a memória quanto para o esquecimento e que a história da destruição de textos culturais da memória move-se paralelamente à história da criação de novos textos, parafraseando os autores.

Podemos atestar o dinamismo dessas conceituações, observando as operações da memória em textos culturais midiáticos e artísticos nas semiosferas em momentos de explosão e de gradualidades, conceitos caros à última fase da obra do pensador de Tártu, explanados na próxima seção.

O IMPREVISÍVEL DE UM BEIJO

Por ocasião do 30º aniversário da República Democrática Alemã (RDA), em outubro de 1979, deu-se o encontro entre o secretário-geral do Comitê Central do

Partido Comunista, Leonid Brejnev, e Erich Honecker, presidente do Conselho de Estado da RDA e secretário-geral do Comitê Central do Partido Socialista Alemão, no Castelo Niederschönhausen, em Pankow, Berlim Oriental (“Der Bruderkuss”, 2019). Vários jornalistas cobriam o evento, entre eles, Régis Bossu, fotógrafo francês que reportava notícias alemãs para a agência fotográfica Sygma.

Em suas memórias, parcialmente narradas no blog *Boulevard Extérieur*, Bossu comenta que, naquela noite, “houve discursos, trocas de medalhas e beijos à maneira russa para parabenizar uns aos outros”² (Bossu, 2009). A troca de três beijos na face combinada com um abraço era conhecida como beijo fraterno socialista ou abraço fraterno socialista e significava uma saudação entre os líderes comunistas manifestando a vinculação entre os países do bloco. “Em casos mais raros, quando os dois líderes se consideravam excepcionalmente próximos, os beijos eram dados na boca e não no rosto” (“Socialist Fraternal”, 2014). Brejnev, por sua vez, era conhecido por beijar a boca de políticos e/ou personalidades diversas, nem só de comunistas (Timofeitchev, 2019).

Bossu relata que, apesar de estar posicionado em um lugar muito ruim, atrás das cabeças de seus tantos colegas, e não poder usar uma câmera grande angular, fez um zoom nos rostos dos líderes no momento do beijo (Witter, 2015). A Sygma vendeu a imagem para o jornal francês *Paris-Match*, conhecido por cobrir atualidades e por suas fotoschoque, publicando-a em página dupla com o título *O Beijo* (Figura 1) em alusão à fotografia *O Beijo do Hôtel de Ville*, de Robert Doisneau, de 1950.

²No original: “Il y avait des discours, des échanges de médailles et des baisers « à la Russe » pour se congratuler”. Esta e demais traduções, da autora.

Figura 1

Encontro de Leonid Brejnev e Erich Honecker, por ocasião do 30º aniversário da RDA, em 1979, Berlim Oriental



Nota. Brain Journal, 2018.

Bossu “foi o único a fotografar desse ângulo, com uma lente Nikon 80-200 mm” (Costa, 2022, para. 1), e nas palavras do próprio fotógrafo, “foi a primeira vez que dois líderes políticos do bloco oriental foram tão íntima e claramente expostos ao resto do mundo de uma forma tão extravagante”³ (Bossu, 2009). A despeito do ângulo inusitado e preciso, vale salientar que o beijo, naquela semiosfera, era símbolo que integrava um ritual diplomático.

A aproximação dos rostos e lábios obtida pelo zoom, a legenda que acompanhou a imagem, o contraste criado pelo instante amoroso do beijo entre líderes autoritários e a própria circulação no *Paris-Match* caracterizam essa imagem como foto-choque; como tal, manifesta-se em sua “insistência, na sua literariedade, na própria evidência de sua natureza obtusa”, pensando com Roland Barthes (1982, p. 69). Isto é: aquele beijo se liberta do enredo diplomático-político para se tornar o beijo entre Brejnev e Honecker. Com a ajuda desses procedimentos conotativos, constrói-se a ideia da “empolgação dos homens para o beijo”, “do beijo tórrido da guerra fria”, título da matéria sobre a foto exibida no site francês *L’obs* (Witter, 2015), entre outros, provocando o choque e a emoção.

Nessa imagem, pode-se, também, reconhecer o beijo como símbolo, conforme Lotman (1990, p. 101) apresenta:

... como um programa condensado para o processo criativo. O desenvolvimento subsequente de um plot/enredo é meramente o invólucro das possibilidades escondidas de um símbolo. Um símbolo é um mecanismo codificador profundo, um tipo especial de gene textual. Mas o fato que o mesmo símbolo pode se desenvolver em diferentes plots/enredos, e o processo real do seu desenvolvimento ser irreversível e imprevisível, prova que o processo criativo é assimétrico. Usando a terminologia de Prigogine nós podemos definir o momento da inspiração criativa como uma situação extremada de desequilíbrio o que impede qualquer desenvolvimento simples e previsível⁴.

A citação de Lotman parece indicar a chave para entender o que se sucedeu à imagem de Bossu. Inicialmente não fora pensada para ser uma foto artística, mas sim imagem referencial, fotografia de imprensa. Entretanto, lances de aleatoriedade atuaram no momento de disparo da imagem: o lugar pouco favorável que o fotógrafo ocupava entre os jornalistas, a falta de outra lente, o uso do zoom no instante do beijo. Instaurouse o processo criativo, cujas consequências seriam imprevisíveis naquela ocasião em que se comemorava 30 anos da Alemanha Oriental em plena guerra fria. Olhando do presente para o passado, penso não em uma cadeia de eventos concluídos, explicativos, mas nos processos explosivos teorizados por Lotman, afinal, “o momento de explosão interrompe a cadeia de

³No original: “C’était la première fois que deux leaders politique du bloc de l’Est étaient si intimement et clairement exposés au reste du monde de façon grotesque”.

⁴No original: “We have seen how the symbol serves as a condensed programme for the creative process: The subsequent development of a plot is merely the unfolding of a symbol’s hidden possibilities. A symbol is a profound coding mechanism, a special kind of ‘textual gene’. But the fact that one and the same primary symbol can be developed into different plots, and the actual process of this development is irreversible and unpredictable, proves that the creative process is asymmetrical. Using Prigogine’s terminology we can define the moment of creative inspiration as a situation of extreme far-from-equilibrium which precludes any simple predictable development”.

causa e efeito, deixando emergir toda uma esfera em cujos limites surge um novo conjunto de possibilidades” (Lotman, 2022, pp. 93-94). A construção daquela imagem, como *plot* e como texto, foi um resultado possível, fruto do momento explosivo da criação da imagem.

Dez anos depois, com a queda do muro de Berlim, momento culturalmente explosivo, aquele texto cultural fotográfico volta a ser valorado, reativado na semiosfera. Enfatizo a importância das imagens de alto teor emocional para permanecerem seja na memória humana, graças aos processos neuroquímicos e psíquicos que consolidam nossas lembranças, seja na cultura como memória, considerando a importância das imagens emocionais desde as primeiras retóricas no Ocidente, temática que tenho desenvolvido em muitos trabalhos desde a publicação de minha tese de doutorado (Nunes, 2001).

Pouco antes da totalidade da reunificação das duas Alemanhas, processo comemorado em 3 de outubro de 1990, o artista russo, Dmitri Wrubel, então com 26 anos, pintou em uma das partes remanescentes do muro transformado em galeria a céu aberto, a East Side Gallery⁵, a obra que seria conhecida pelo grande público como *O Beijo Fraternal* (Figura 2), cuja inspiração é a imagem fotográfica registrada por Bossu, vista por Wrubel em algum momento de sua juventude (Bossu, 2009; Witter, 2015; Costa, 2022). A obra se tornaria um texto memorável, representando o fim da cortina de ferro, e absorvido pela cultura midiática (“A verdadeira história”, 2014).

⁵ A partir de dezembro de 1989, duas associações de artistas alemães, a Associação Federal de Artistas Visuais (BBK) e a Associação de Artistas Visuais da RDA (VBK), iniciaram um processo de negociação para o projeto da pintura da parede do muro por artistas de todo o mundo, como um primeiro projeto de arte totalmente alemão: 118 artistas de 21 países pintaram 106 pinturas em grande escala na parede do lado de Berlim Oriental. A East Side Gallery foi fundada por ordem oficial do Conselho de Ministros da RDA (Clemens, 2009).

Figura 2

Deus, ajude-me a sobreviver a este amor mortal



Nota. “A verdadeira história”, 2014.

Segundo documentário produzido pela *Euronews* (“A verdadeira história”, 2014), em que há participação de Wrubel, ele teria pintado o grafite em sete

dias e cedido seus direitos à East Side Gallery. Soube pelos jornais que haviam nomeado a pintura segundo interpretações ligadas ao contexto político, ainda que houvesse nela a inscrição *Deus, ajude-me a sobreviver a este amor mortal*, título original dado pelo artista. Em entrevista, ele explica sua intenção:

A frase tinha a ver com uma experiência pessoal com a minha relação com duas mulheres. É uma obra dedicada ao amor, à imagem do amor. Todos nós poderemos viver diferentes situações no cotidiano em que nos sentimos presos aos lábios desse tipo de monstro. Naquela altura, era homenagem às minhas dificuldades pessoais! (“A verdadeira história”, 2014)

O grafite inspirado na fotografia convoca ironia e ressignificação mais radicais porque em contato com outros contextos e textos culturais, em nova formação semiótica. Cortes metonímicos operam a tradução e a seleção sígnica na criação do novo texto, pois o texto cultural fotojornalístico transmutou-se em texto cultural artístico. Se na fotografia o beijo como foto-choque se libertava daquele contexto simbólico para eclodir como instante, deslocando a fraternidade codificada em costumes ritualizados entre políticos comunistas, no grafite o deslocamento é ainda maior: o beijo fusional se expande em cores, ganha tatilidade por meio do realce atribuído à pele dos rostos envelhecidos nas ranhuras do muro; descarta toda a antiga cena: a austeridade do preto e branco, os corpos engravatados, enfileirados e ordenados, que estão sutilmente ao fundo do plano, o aplauso formal, o rito.

A conjugação dos títulos, o dado pela Galeria, *Beijo Fraterno*, e o inscrito na obra, *Deus, ajude-me a sobreviver a este amor mortal*, agrega ao beijo um campo de significação paradoxal: pedir ajuda a Deus para sobreviver ao amor mortal pode se referir ao pedido de livramento da morte imposta a tantos alemães em inumeráveis tentativas de fuga da zona oriental sob o domínio da fraternidade comunista, retratando a cordialidade entre os líderes e a mortificação da população, mas também pode falar às armadilhas ou aos monstros do amor como quer o artista metaforizando o amor erótico de suas vivências pessoais. Em ambas as situações, o amor pode se tornar amor-morte. Daí, talvez, a nomeação “beijo da morte”, que também aparece como equivalente ao “beijo fraterno” em algumas pesquisas documentais realizadas.

Grafitado, os traços das sobrelanceiras e dos óculos nos fazem reconhecer Brejnev e Honecker; o beijo, fruto e símbolo do amor-morte, pode retroalimentar o sentido autoritário do antigo regime. Porém, o deslocamento provocado por essas traduções intersemióticas ajuda a urdidura de outro novo *plot*, agora de efeito paródico, provocado em igual medida pelo forte sentido de liberdade

graças à queda do muro que separou a mesma cidade em dois mundos completamente distintos durante 28 anos.

Lotman (2022, p. 97) afirma que “o aspecto da aleatoriedade cria no espaço cultural os pressupostos para a explosão de diferentes possibilidades. Em tal momento, todas as possibilidades são igualmente plausíveis, e é fundamentalmente impossível prever sua consequência”. Se Bossu estivesse em outro lugar na plateia, com outra câmera, certamente não produziria essa mesma imagem que correspondia aos padrões do *Paris-Match* e, dessa forma, que não circularia a tal ponto para encontrar o artista russo em alguma parte da Europa em sua juventude, permanecendo como uma lembrança impactante para, dez anos depois, grafitá-la na parte remanescente do muro.

Outras imagens do mesmo evento foram produzidas, como a da fotógrafa alemã Barbara Klemm, publicada no jornal *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Figura 3). A jornalista preferiu não usar o *close* e fotografar a comitiva política, enfatizando a rigidez daquele ritual. Ainda que seja uma imagem significativa e aumente o volume da memória do beijo entre os líderes comunistas na cultura ocidental, não teve a mesma consequência que a realizada por Bossu.

Figura 3

Encontro de Leonid Brejnev e Erich Honecker, por ocasião do 30º aniversário da RDA, em 1979, Berlim Oriental. Imagem produzida por Barbara Klemm



Nota. “Der Bruderkuß”, 2019.

As pesquisas documentais sobre *O Beijo Fraterno* mostram que a obra sofreu inúmeros danos (Figura 4) e, por ocasião das comemorações dos 20 anos da queda do muro, foi repintada a pedido da East Side Gallery e do governo alemão.

Figura 4

Imagem do Beijo Fraternal deteriorada, Berlim

Nota. "A verdadeira história", 2014.

Todos os artistas convidados em 1989 foram novamente chamados e pagos para refazerem suas obras com tintas mais duráveis em 2009 (Clemens, 2009), o que, em certa medida, revigorou a pintura de Wrubel, a própria Galeria e seu apelo turístico. Nessa ocasião, Wrubel e Bossu se encontraram. Em suas memórias, o fotógrafo narra: "durante vinte anos, pude ver que o sucesso do mural só cresceu, mas pouquíssimas pessoas conheciam o original a partir de uma foto de imprensa" (Bossu, 2009). Com o encontro entre os dois, ao menos durante certo tempo, a fotografia e o fotógrafo puderam ser (re)conhecidos por um maior número de pessoas (Figura 5).

Figura 5

Encontro de Régis Bossu e Dmitri Wrubel, em Berlim, 2009

Nota. Lebie, 2009.

É importante salientar, a partir dos estudos de Lotman, e cito aqui especialmente *Universe of the mind* (1990, p. 104), a dualidade dos símbolos. Considerando a recorrência através da história cultural “um símbolo mostra sua invariância e sua repetibilidade . . . De outro modo, um símbolo se correlaciona ativamente com seu contexto cultural, transforma-o e é transformado por ele. Sua invariância é realizada nas variações”. Assistimos à transformação do sentido do beijo fraterno como um símbolo de ritual comunista quando fotografado e, dez anos depois, como grafite. Em sua nova textualidade, o beijo, a cada movimento explosivo para sua criação, move-se mais um pouco.

O BEIJO COMO SÍMBOLO NOS CORTES SINCRÔNICOS DAS CULTURAS

Como dito, para Lotman, o símbolo é um “profundo mecanismo codificador” (1990, p. 101), um tipo especial de gene textual. Dessa forma, o símbolo beijo sofre outras semiotizações, como as provocadas pelas linguagens do consumo consolidadas no mundo ocidental, na Alemanha reunificada, de um modo jamais previsto no contexto cultural da guerra fria em que foi produzido como foto-choque. A imagem do beijo grafitado se objetiva nos *souvenirs* para o consumo turístico: a camiseta, livro, ímã de geladeira etc., vendidos em profusão como signos da Berlim contemporânea (Figura 6).

Figura 6

Souvenirs para consumo no Museu do Muro, Berlim



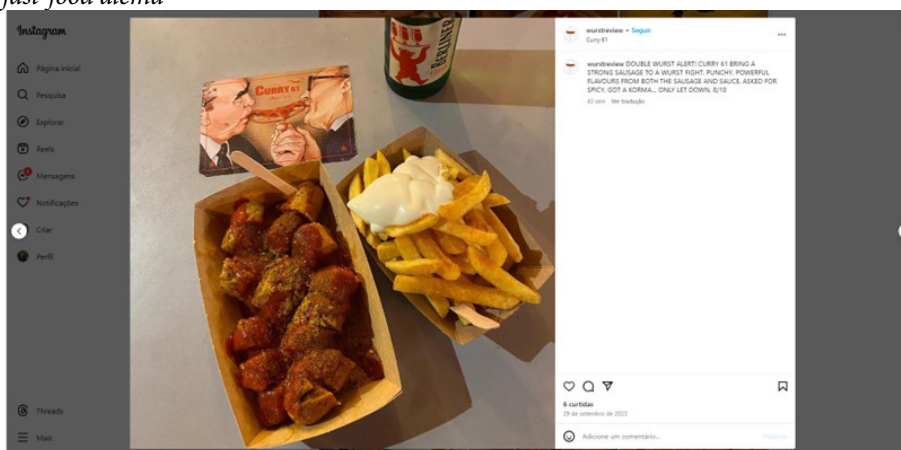
Nota. Elaboração da autora.

Os *souvenirs* somam-se aos textos publicitários. A publicidade e a decoração de um restaurante local, constituindo-se em novos *plots*, novos textos, abrigam o beijo grafitado na sua condição de gene textual codificador, provocando a

“recodificação interpretadora”, de acordo com a expressão de Irene Machado (2022). O sentido aqui é o tom debochado e fático graças à salsicha temperada com ketchup ao curry, característico do *currywurst*, prato fast food alemão, posta entre os lábios que já não se beijam (Figura 7). Assim como as mãos que na fotografia jornalística tocam os corpos cordialmente em forma de abraço, na publicidade se encontram para compartilhar o palitinho, ao sustentar o alimento, conotando proximidade afetiva (Figura 8).

Figura 7

Captura de tela de imagem publicitária no Instagram de um restaurante de comida fast-food alemã



Nota. Wurstreview, 2023.

Figura 8

Interior de restaurante de comida fast food alemã, Berlim, 2022



Nota. Curry61berlin, 2022.

O registro do beijo de Brejnev em Honecker, em 1979, produzido por Régis Bossu, codificado como foto-choque, mostra-se texto longo e estável na semiosfera ao inspirar Wrubel uma década depois. Entendo que mesmo sob a lógica do consumo e da mercadoria, que tais imagens são, os processos recodificadores instauram na longevidade do texto, em sua estabilidade, a imprevisibilidade proporcionada pela mudança da valência semântica do símbolo, o que imprime a mudança do código.

Vejamos outra série de imagens ao longo dos anos que nos separam da queda do muro. Segundo Witter (2015) e Costa (2022), a marca Benetton utilizou, em 2011, a referência à imagem do beijo para realizar sua campanha publicitária, cujo slogan *unhate* prega o combate ao discurso de ódio. Ali, políticos e religiosos antagônicos reconfiguram a paz graças ao beijo (Figura 9), isto é, com sentido diverso da fotografia jornalística e do grafite de Wrubel. Em ambas, políticos vivem em fraternidade mortal conotando ambiguidade ao beijo, simultaneamente amoroso e cruel. Na imagem da Benetton, o beijo desambigua-se, apazigua os líderes; não mata, vivifica.

Figura 9

Campanha da marca Benetton, 2011



Nota. "Dia do Beijo", 2014

A compreensão da memória como propriedade dos textos culturais ajuda-nos a entendê-la como fenômeno vivo, plástico e não marmóreo. Nesse caso, a memória icônica (Ferreira, 2004) dos corpos que beijam sobrevém ao episódio histórico fotografado por Bossu, provavelmente já esquecido ou desconhecido das gerações mais recentes que consomem a imagem grafitada, estampada na camiseta, impressa no ímã de geladeira, na parede do restaurante. As imagens da Benetton ou as capas publicadas pela revista brasileira *piauí*, na segunda metade dos anos 2000, não fazem mais menção aos líderes comunistas presentes na foto original e no grafite da East Side Gallery.

Segundo a matéria de setembro de 2022, cuja edição homenageia o artista russo falecido em agosto daquele ano, vítima de complicações da covid-19, “a *piauí* se inspirou na imagem de Wrubel⁶ em quatro capas ao longo dos seus dezesseis anos de vida” (Costa, 2022, para. 7) (Figura 10). Todas as imagens foram criadas pela artista russa, Nadia Khuzina.

⁶ Em toda a pesquisa documental realizada, a grafia do sobrenome do artista russo aparece com W. Na matéria da revista *piauí*, entretanto, grafou-se com V, por isso, mantida na citação.

Figura 10

Capas da Revista *piauí* inspiradas no Beijo Fraterno



Nota. FutPapers, 2020.

Do ponto de vista semiótico, as capas não remetem apenas ao grande close do *Beijo Fraterno*, de Wrubel, mas também à angulação dos corpos abraçados, em plano americano, mais próximos à fotografia de imprensa produzida por Barbara Klemm também da cerimônia soviética ou a tantas outras que envolvem os beijos socialistas retratados desde então (Timofeitchev, 2019) e que circulam como textos na semiosfera.

Igualmente ao grafite de Wrubel, percebe-se a crítica paródica. Porém, não são apenas líderes do bloco do Leste. À esquerda, a capa com Edward Snowden e Vladimir Putin se refere ao pedido de asilo de Snowden depois de revelar

documentos secretos em 2013, que comprovavam que a Agência Nacional de Segurança dos Estados Unidos estava espionando políticos de alto nível de diversos países parceiros dos norte-americanos e a presidenta brasileira Dilma Rousseff (“Exilado na Rússia”, 2022). Ao centro, Michel Temer e Eduardo Cunha, por ocasião do *impeachment* da presidenta Dilma; à direita, Bolsonaro e Olavo de Carvalho, no mês em que se noticia os desentendimentos entre o terraplanista e os militares brasileiros. Entre eles, o beijo é fraterno, mas a cumplicidade é parodiada, porque há algo a ser conseguido pelas costas – um pedido, no caso Snowden-Putin: a liberdade para Pussy Riot, um grupo de *punk rock* russo que se tornou conhecido por realizar *shows* e eventos de manifestação política em prol dos direitos das mulheres e contra políticas governamentais (o grupo formado por mulheres estava preso à época); em Temer-Cunha, a negociata para o *impeachment* de Dilma; algo que chamusca, como a fraternidade entre Bolsonaro e Carvalho, que gerou a saia justa entre o então presidente da República e os militares.

Lotman (1990, p. 104) destaca que:

o importante é que os potenciais semânticos de um símbolo são sempre maiores que qualquer realização: as ligações que, com ajuda de suas expressões, um símbolo estabelece com um contexto semiótico particular nunca exaure a totalidade de sua valência semântica⁷.

⁷No original: “What is important is that the semantic potentials of the symbol are always greater than any realization of them: the links which, with the help of its expression, a symbol establishes with a particular semiotic context, never exhaust all its semantic valency”.

É o que revela a criação dos textos culturais midiáticos e/ou artísticos que são a imagem fotográfica produzida por Bossu e o grafite pintado por Wrubel submersos na semiosfera, em *continuum* semiótico e, dessa forma, agindo como geradores de sentidos.

Como textos, eles são programas mnemotécnicos reduzidos, isto é, têm a capacidade de “restaurar a recordação”. A célebre afirmação de Lotman (1996, p. 89) de que “os textos são como as sementes das plantas, capazes de conservar e reproduzir a recordação de estruturas precedentes” ajuda a compreender as consequências dessas imagens que continuam em ação, gerando outras, em múltiplas materialidades e contextos culturais, com sentidos muitas vezes diversos dos originais. Vale atentar que a capacidade gerativa dos textos imprime a ideia de que eles não são portadores passivos de sentido, são dinâmicos, e internamente contraditórios. Para ser um gerador textual é preciso operar em um contexto, em interação com outros textos e com o meio semiótico. Como salienta Lotman (1996), os textos se convertem em símbolos integrais, adquirem autonomia do seu contexto e podem, como símbolo, funcionar não só no corte sincrônico da cultura, mas

também diacronicamente. “Neste caso, o símbolo separado atua como um texto isolado que se move livremente no campo cronológico da cultura e que cada vez se correlaciona de maneira complexa com seus cortes sincrônicos” (Lotman, 1996, p. 89).

Não à toa, o beijo como símbolo, a depender do corte sincrônico da cultura, pode encontrar novos atores. Donald Trump, ainda como candidato às eleições estadunidenses, aparece beijando Vladimir Putin na Lituânia. O artista gráfico, Mindaugas Bonanu, recriou o *Beijo Fraterno* de Wrubel na capital Vilnius, nas paredes externas de um café (Figura 11). Vestidos com roupas que remetem às da marca Adidas, o grafite dá vazão a uma série de peças cujo título é a forma parafrásica de uma das frases conhecidas de Trump: faça a América grande novamente. No grafite lituano, lê-se *Faça tudo grande novamente*, de todo modo, descartando o título original do artista russo. O coproprietário do estabelecimento, Dominykas Ceckauskas, afirmou em entrevista à agência *Baltic News Service* (BNS) que “ambos possuem um ego grande demais e é divertido que se deem bem” (“Grafite na Lituânia”, 2016).

Figura 11

Make everything great again, grafite de Bonanu, em Vilnius, Lituania



Nota. “Grafite na Lituânia”, 2016

Segundo pesquisas documentais (“Vilnius: A quirky”, 2020), a partir de 2016, com a vitória de Trump, aquela imagem foi apagada e substituída por outra em que Trump bafeja em um Putin de aparência muito doente (Figura 12). A ironia se mistura às linguagens do consumo que semiotizam o grafite, e o beijo traslada para peças de roupas (Figura 13) em um movimento contínuo e gradual.

Figura 12

Make everything great again, grafite de Bonanu, em Vilnius, Lituania



Nota. "Vilnius: A quirky", 2020

Figura 13

Meias coloridas da coleção

*Make everything great again*⁸



Nota. The Ammolite Gallery, 2024.

Em 2018, em um município do Ceará, Maracanaú, Trump surge mais uma vez, agora beija Bolsonaro sob as tintas do artista plástico Yuri Sousa, cuja assinatura é *bad boy* preto (Figura 14). O propósito do criador, segundo suas palavras, é de colocar os políticos na posição daqueles que criticam, “no caso os homossexuais” (Carvalho, 2018). O grafite foi apagado em menos de 48

⁸ Ver <https://moustache.lt/product/spalvotos-kojines-make-everything-great-again-socks/>

horas, segundo o autor, “provavelmente por algum bolsonarista”. Nesse grafite, o beijo como símbolo assume o sentido de um beijo *gay* – alvo da homofobia dos políticos representados e, por isso, motivo da ira conservadora cuja reação é o apagamento da imagem.

Figura 14

O beijo de Trump e Bolsonaro



Nota.⁹

⁹ Ver <https://br.noticias.yahoo.com/grafite-de-beijo-entre-trump-e-bolsonaro-e-apagado-no-ceara-205707654.html>

MEMÓRIAS DO FUTURO – NOTAS FINAIS

Demonstra-se com essa série de imagens a reorganização do sistema codificador, a movência dos próprios textos e dos sentidos provocados. Vale dizer, parafraseando Lotman (1990, p. 18), que o texto não é algo dado, imutável. Em seu interior, estruturas incompletas provêm uma reserva de dinamismo quando influenciadas por contatos com novos contextos.

O que, então, esses textos dizem sobre a construção da memória do futuro como fenômeno de imprevisibilidade? Dinâmica, variada internamente, heterogênea e pancrônica, especialmente quando diz respeito aos textos artísticos, a memória fala a muitas temporalidades, inclusive ao futuro.

A noção de texto como mecanismo gerador de sentidos oferece pistas para compreender a configuração do tempo em Lotman. Como dito, o semiótico considera o texto como um condensador da memória cultural, capaz de preservar contextos anteriores, isto é, seu passado. Mas podemos reconhecer igualmente a temporalidade projetiva, apontando para o futuro, permitindo o nascimento de textos de textos (Lotman, 1996), como nos exemplos trazidos, entre tantos outros.

A metáfora ajuda a reconhecer a pancronia implicada no conceito: “o texto como um grão de trigo contém nele mesmo o programa de seu futuro

desenvolvimento” (Lotman, 1990, p. 18). Percebemos que tempo e memória, a condensação do passado e a projeção para o futuro, imiscuem-se. Essa capacidade geradora dos textos enfatiza também uma memória-gênese na cultura necessária para produzi-los, pois como afirma: “a memória não é para a cultura um depósito passivo, mas constitui uma parte de seu mecanismo formador de textos” (Lotman, 1996, p. 161).

A memória-gênese, projetiva, que enxergo na semiótica de Lotman ajuda a pensá-la como processual e geradora, não apenas como “memória do passado”, como traz Paul Ricoeur (2007) ao explicar a conceituação de memória em Aristóteles, como marca da coisa lembrada, mas também como memória do futuro. Futuro não necessariamente como o que se coloca adiante, mas em sua urdidura e no que está contido nos caminhos não percorridos, como nos ensina Lotman (1998) em seu *Clio na encruzilhada*, isto é: o futuro no que poderia ser recordado.

Melhor dizendo, o futuro de todos os textos cujos símbolos e reminiscências estejam em projéteis adivinhados nas possibilidades escondidas que têm, nas multiplicidades dos *plots* vindouros. Nessa perspectiva, intuo que a reserva semântica “graças à qual um símbolo pode entrar em relações inesperadas, alterando sua essência e deformando seu contexto textual de modos imprevisíveis”, como escreve Lotman (1990, p. 104), integra a imaginação criadora e mnemônica necessárias à memória do futuro.

A memória do futuro, entre outras definições não trabalhadas aqui, é esse movimento gerativo, projetivo, o que pode vir a ser – por seu turno, da ordem do que não se sabe, do imprevisível. Por que o mecanismo projetivo não é apenas expectativa? Por que podemos falar em memória projetiva? Aproximo, então, as pesquisas que realizo sobre memória do futuro, com base em Lotman, às da historiadora Mary Carruthers (2011), como apresentado em trabalhos anteriores (Nunes & Bin, 2018; 2021).

Mary Carruthers (2011) reconhece a arte da memória ou mnemotécnica como memória do futuro com base em suas pesquisas sobre retórica clássica e medieval. Demonstra que a memória medieval opera como *machina memorialis*, ao mesmo tempo o moinho, moendo os grãos da experiência passada, e a farinha para fazer pão novo. A arte da memória monástica era considerada como arte do pensamento e da cogitação e não necessariamente estaria preocupada em ser fiel à realidade.

Desse modo, atua como matriz de uma cogitação reminescente, isto é, que mescla o que foi armazenado em um conjunto de esquemas de memória de acesso aleatório, referindo-se ao uso de tropos e figuras, objetivando o uso inventivo. Carruthers aponta que a técnica mnemônica retórica era compreendida como

uma arte composicional, fronteira ao que hoje se denomina imaginação, criatividade ou mesmo experiências visionárias.

Para Carruthers, recordar é gerar uma visão mental a partir dos materiais da memória. A autora se vale do tropo “Lembre-se do Paraíso”, de Agostinho, para chamar a atenção de que o Paraíso não seria conhecido antes da morte, entretanto não era irreal. Atesta que “a memória, o meio pelo qual os humanos compreendem o tempo, habilita a lembrar de coisas passadas, a abarcar as coisas presentes e a contemplar as coisas futuras por meio de sua semelhança com as coisas passadas” (Carruthers, 2011, p. 112). Entende o processo de cognição de modo composicional, rememorativo, feito por atos de recordação, operações mnemônicas e capturas de outras memórias.

Como processo comunicativo e sociocultural, “a memória pode se valer de modelos, teorias ou usos que pressupõem a criação e a invenção no presente de uma composição dirigida ao futuro” (Nunes & Bin, 2018, p. 21). No *continuum* semiótico, e nas explosões, “textos e códigos permanecem, se modificam, convivem, interagem, esbarroam-se, e, do choque, germina a novidade, o novo texto trazendo marcas dos antigos, os genes textuais, aptos a inscrever a imprevisibilidade na memória nascente” (Nunes & Bin, 2018, p. 21). A memória-gênese que vejo no conceito de Lotman (1990) pode ser compreendida sob o signo da memória inventiva, projetiva, menos afeita ao que se passou, e mais como memória que recorda o futuro.

Uma última imagem ajuda a encerrar este artigo, muito longe de concluí-lo. Considerando a gestão da pandemia de covid-19 como metonímia do governo brasileiro no período de 2018 a 2022, a revista *piauí* criou, em sua capa ainda em maio de 2020, outro texto, cujo gene codificador foi também o beijo inspirado no grafite de Wrubel, segundo a própria revista (Costa, 2022). Em lugar de Brejnev, Honecker e de outras personalidades públicas, como nas imagens trazidas, rememoradas iconicamente pela presença de dois atores, aqui há somente um político remanescente, o outro é substituído pela morte, cuja foice que carrega nas mãos esqueléticas aproxima os corpos convidando ao beijo incompleto, promessa de um gozo necrófilo (Figura 15).

Lotman (1990, p. 105) remarca que um símbolo existe antes de qualquer texto e independentemente dele. Ele emerge na memória de um artista (escritor) das profundezas da memória cultural e ganha vida em um novo texto como um grão em terra fresca. Por sua vez, uma reminiscência, uma referência, uma citação são partes orgânicas do novo texto funcionando apenas em sua sincronia. Elas passam do texto para as profundezas da memória enquanto um símbolo passa das profundezas da memória para o texto.

Figura 15

Capa da revista *piauí*, maio 2020



Nota. Revista *piauí*, 2020

Com as criações textuais a partir das imagens do Beijo produzidas por Régis Bossu e por Dmitri Wrubel, assistimos – por meio de camadas de explosões e de gradualidades, considerando a continuidade do beijo como símbolo, porém em sua pluralidade semântica – a um ir e vir de símbolos e reminiscências, todavia nunca retornando às textualidades produzidas ou às memórias individuais de modo igual, havendo sempre um grau de imprevisibilidade. A memória do futuro ou memória-gênese faz-se dos símbolos, das reminiscências e da reserva de imaginação dos textos moventes capazes de propalar futuros como a capa da revista *piauí*, em que haveremos de recordar o futuro na realização da promessa de um beijo. ■

REFERÊNCIAS

A verdadeira história do “Beijo Fraternal” entre Brejnev e Honecker. (2014, 6 de novembro). *Euronews em português*. <https://www.youtube.com/watch?v=OOeEaim2ZRE>

- Barthes, R. (1982). *Mitologias*. Difel.
- Bossu, R. (2009) *Souvenirs d'un photographe*. <https://www.boulevard-exterieur.com/Souvenirs-d-un-photographe.html>
- Brain Journal. (2018, 27 de setembro). [imagem]. Facebook. <https://www.facebook.com/brainjournal.az/photos/a.628842407452131/724263654576672/?type=3>
- Carruthers, M. (2011). *A técnica do pensamento: meditação, retórica e a construção das imagens (400-1200)*. Editora da Unicamp.
- Carvalho, L. (2018, 1 de dezembro). *Grafite de beijo entre Bolsonaro e Trump é apagado 48 horas após a pintura*. O Povo.
- Clemens, J. (2009). *Die längste Open-Air-Galerie der Welt*. Welt. https://www.welt.de/welt_print/vermischtes/article5290211/Die-laengste-Open-Air-Galerie-der-Welt.html
- Costa, A. C. (2022). *O beijo*. piauí. <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-beijo/Curry61berlin>.
- Curry61berlin. (2022, 9 de setembro). [imagem]. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=508323477773842&set=pb.100057885810332.-2207520000>
- Der Bruderkuss. (2019, 27 de dezembro). *LFI*. <https://lfi-online.de/de/blog/one-photo-one-story-barbara-klemm-2051.html>
- Dia do Beijo e a Publicidade. (2014, 27 de abril). *Publipic*. <https://publipic.wordpress.com/2014/04/27/dia-do-beijo-e-a-publicidade/>
- Exilado na Rússia, Snowden declara apoio a Lula no Twitter. (2022, 2 de outubro). *UOL*. <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/02/exilado-por-putin-snowden-declara-apoio-a-lula.htm>
- Ferreira, J. P. (2004). *Armadilhas da memória e outros ensaios*. Ateliê Editorial.
- FutPapers (2020, 7 de maio). *Parece que a Piauí gostou um pouquinho da ideia de uma capa com beijo*. X. <https://x.com/futpapers/status/1258370868423557120>
- Grafite na Lituânia retrata beijo de Trump e Putin. (2016, 13 de maio). *UOL*. <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/efe/2016/05/13/grafite-na-lituania-retrata-beijo-de-trump-e-putin.htm>
- Lebie, T. (2009, 15 de maio). *Maler Dmitri Wladimirowitsch Wrubel (re.) zusammen mit Regis Bossu (Fotograf Der Bruderkuss) vor der Grundierung zu seinem Wandbild - Der Bruderkuss - an der Berliner Mauer - Sanierung der EastSide Gallery in Berlin*. Imago. <https://www.imago-images.de/st/0053141725>
- Lotman, I. M. (1996). *La semiosfera* (Vol. 1). Ediciones Cátedra.
- Lotman, I. M. (1998). *La semiosfera* (Vol. 2). Ediciones Cátedra.
- Lotman, Y. M. (1990). *Universe of the mind: a semiotic theory of culture*. Indiana University Press.
- Lotman, I. M., Uspenskii, B. A., & Ivanov, V. (1981). *Ensaio de semiótica soviética*. Livros Horizonte.

- Lotman, Y. M. (1999). *Cultura y explosión*. Gedisa.
- Lotman, I. M. (2022). *Mecanismos imprevisíveis da cultura*. Hucitec.
- Machado, I. (2022). Apresentação da tradução brasileira. In I. Lotman, *Mecanismos imprevisíveis da cultura* (pp. 15-16). Hucitec.
- Nunes, M. R. F. (2001). *A memória na mídia: a evolução dos memes de afeto*. Fapesp, Annablume.
- Nunes, M. R. F. (2024). Memórias do futuro na teatralidade steampunk: entre vozes e visualidades heterotópicas retrofuturistas. *História Oral*, 27(1), 115-135. <https://doi.org/10.51880/ho.v27i01.1384>
- Nunes, M. R. F., & Bin, M. A. (2021). Clio e a memória do futuro. *Lumina*, 15(2), 120135. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2021.v15.34586>
- Nunes, M. R. F., & Bin, M. A. (2018). Retrofuturismo, espaço e corpo-mídia: steampunk e a memória do futuro. *Revista Famecos*, 25(2), 1-21. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.2.29017>
- Revista piauí (2020, 6 de maio). *O beijo da morte. Eis a capa da piauí de maio. No site e no app da revista, a edição estará disponível aos assinantes a partir desta quinta-feira*. X. <https://x.com/revistapiaui/status/1258003577911590912>
- Ricoeur, P. (2007). *A memória, a história, o esquecimento*. Editora da Unicamp.
- Socialist Fraternal Kiss: Leonid Brezhnev and Erich Honecker Change Kisses, 1979. (2014, 8 de novembro). *Vintage Everyday*. <https://www.vintages/2014/11/leonid-brezhnev-and-erich-honecker.html>
- The Ammolite Gallery. (2024). Trump adora meias e ímãs de Putin [imagem]. Etsy. <https://www.etsy.com/pt/listing/894222707/trump-adora-meias-e-imas-de-putin-torne>
- Timofeitchev, A. (2019, 28 de fevereiro). *Todos os líderes mundiais que resistiram (ou não) aos beijos de Brejnev. Russia Beyond*. <https://br.rbth.com/historia/81929-todos-lideres-mundiais-beijo-brejnev>
- Vilnius: A quirky and charming capital. (2020, 13 de abril). *Unfiltered Traveling*. <https://unfilteredtravelling.com/vilnius-a-quirky-and-charming-capital/>
- Witter, L. (2015). *Brejnev et Honecker, le baiser torride de la Guerre froide*. Le Nouvel Obs. <https://www.nouvelobs.com/photo/20150810.OBS3932/photo-brejnev-et-honecker-le-baiser-torride-de-la-guerre-froide.html>
- Wurstreview. (2023, 29 de setembro). [imagem]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CxyQle_slY/

Artigo recebido em 8 de março de 2023 e aprovado em 13 de junho de 2024.

O protagonismo negro enfim faz sucesso: A autorrepresentação em *Medida Provisória* e *Marte Um*

*Black protagonism is finally a hit:
Self-representation in Executive Order
and Mars One*

SHEILA SCHVARZMAN^a

Universidade Anhembi Morumbi. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo – SP, Brasil

RESUMO

O artigo aponta um acontecimento midiático inédito: em 2022 dois filmes dirigidos e atuados por pessoas negras chegaram ao *mainstream*, *Medida Provisória*, de Lázaro Ramos, com 500 mil espectadores e *Marte Um*, de Gabriel Martins, o indicado brasileiro ao Oscar. Obras distintas em termos estéticos e de objetivos, ambas apontaram caminhos, construindo visualidades contra hegemônicas sobre as populações pretas e pobres do país, e dialogaram com público e crítica. A partir de um rápido exame sobre a presença negra no cinema brasileiro, da experiência diversa de seus realizadores, apontamos como a construção dos filmes estabelece, na forma da distopia ou da vida comum, outros lugares e imagens, num gesto político de recusa da violência.

Palavras-chave: Cinema brasileiro contemporâneo, autorrepresentação preta, *Medida Provisória*, *Marte Um*

^a Historiadora. Bolsista Produtividade CNPQ. Professora do PPGCOM UAM- SP. Líder do GP CNPQ “O cinema e o Audiovisual no Brasil e as imagens do Brasil no Audiovisual”. Coordena o ST da Socine Políticas, economias e culturas do audiovisual no Brasil. <https://orcid.org/0000-0003-1593-4925>. E-mail: sheila.schvarzman@animaeducacao.com.br

ABSTRACT

This study points out an unprecedented media event: in 2022, two films directed and acted by Black individuals reached the mainstream. *Executive Order* by Lázaro Ramos, with 500,000 viewers and *Mars One* by Gabriel Martins, the Brazilian nominee for the Oscars. These works, differing in aesthetics and objectives, pointed to paths, constructing counter-hegemonic visualities regarding the Black and poor populations of Brazil and engaged with the public and critics. By briefly examining the Black presence in Brazilian cinema and the diverse experiences of its creators, we highlight how the construction of these films establishes, whether in form of dystopia or everyday life, other places, and images in a political gesture of rejecting violence.

Keywords: Contemporary Brazilian cinema, Black self-representation, *Executive Order*, *Mars One*

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i2p87-109>

V.18 - Nº 2 maio/ago. 2024 São Paulo - Brasil SHEILA SCHVARZMAN p. 87-109

MATRIZES

“Somos espectadores da nossa ausência”

Akins Kinte, O que é um personagem?

24ª Mostra de Cinema de Tiradentes, 2021¹

¹ Citado por Lincoln Pérciles (2021). https://www.youtube.com/watch?v=buFUHow5D_0

² Segundo o veículo de comunicação Propmark, em 2022, 53% das propagandas contaram com protagonistas negros, um aumento de 9% em relação aos anos anteriores (*Pretos, LGBTQIAP+, mulheres e corpos*, 2023).

³ Entendo o empoderamento neoliberal conforme Michel Feher (2009): “o sujeito neoliberal é um ser que deve procurar incessantemente sobressair-se entre a multidão, ser identificado como mais atraente dentre os seus competidores. Ele deve maximizar seu valor de mercado, direcionando todos os seus esforços vitais para gerar a maior confiança possível na sociedade apresentando-se como um ótimo investimento (pp. 21-41). Isso pressupõe o entendimento da sociedade neoliberal, como uma sociedade empresa, conforme Foucault (2008) onde os corpos e as mentes são moldados conforme a lógica de maximização dos seus potenciais, e indiferente à compaixão pelo outro e preocupações sociais significativas.

N O COMANDO DE TELEJORNAIS, ao anunciar imóveis, cursos universitários, carros, ou em um Especial de Natal, com autoria e protagonistas negros na TV Globo, observamos em 2022, com frequência inédita, a inclusão de pessoas pretas em imagens positivas nas mídias². Não apenas personalidades do futebol, da música popular ou das telenovelas. Apresentando-se nessas publicidades seguem padrões convencionados de elegância e do empoderamento neoliberal³ – sorridentes, bem-vestidas e de tez não muito negra – fizeram-se presentes nas representações nacionais genéricas e neutralizadas e, como tal, incluídos como consumidores. Foi também o ano em que dois filmes de diretores pretos, com elencos e equipes majoritariamente negras chegaram ao mainstream (Martel, 2012). São eles: *Medida Provisória*, de Lázaro Ramos, com mais de 500 mil espectadores e *Marte Um*, de Gabriel Martins, filme de Contagem, periferia de Belo Horizonte, o indicado brasileiro ao Oscar. Essa inédita relevância configura um acontecimento midiático conforme Weber (2011) e demanda uma análise que qualifique e demarque esse momento histórico singular e esses filmes. Para além da ‘tendência’ internacional acionada por acontecimentos bárbaros como o assassinato de George Floyd, em 2020, nos Estados Unidos e de correlatos nacionais, do enfoque neoliberal de pessoas negras como um mercado consumidor a ser mais explorado, de um racismo indelével na formação social brasileira – que dessa forma se expõe às avessas pela denegação, aumentando a presença de pessoas pretas onde elas não apareciam habitualmente –, a midiosfera está tendo que se abrir às imagens e aos discursos dessa maioria minorizada de 54% da população brasileira (*Dados do IBGE*, 2020). Sinal dos tempos, resultado de décadas de lutas e de trabalhos de afirmação que se intensificaram e se qualificaram desde a introdução das cotas nas universidades (Santos & Santos, 2022, 448). Além disso, soma-se a essa guinada a inserção de políticas públicas de âmbito social e cultural, sobretudo do audiovisual, permitindo que novas expressões e autorrepresentações surgissem, ao lado do incremento identitário de viés neoliberal.

Medida Provisória e *Marte Um* são filmes de temática, escopo, ambições sociais, formas de produção, encenação e estética distintos. Foram produzidos a partir de 2018 e lançados comercialmente em abril e agosto de 2022, respectivamente. O primeiro, uma produção com elenco televisivo, participação de ator negro estrangeiro reconhecido, grande orçamento e significativa exposição

mediática do diretor e de impulsionamento nas redes sociais, é direcionado a um público amplo, características de um filme comercial, o que não implica juízo de valor. O outro, é um filme de baixo orçamento de uma produtora independente reconhecida por seus trabalhos pelo público e crítica, realizado com verba de edital público de ações afirmativas. O que une as duas produções e justifica o recorte foi a inédita relevância midiática, a recepção de público e as reverberações que obtiveram sendo filmes de diretores negros.

Além disso, por terem sido lançados no ano das eleições presidenciais, suas narrativas, sobretudo *Medida Provisória*, ecoaram e responderam ao sentimento de revolta e indignação ao encenar a situação sufocante de um governo opressor e racista, lembrando que o filme sofreu entraves do governo Bolsonaro para o seu lançamento (Evaristo, 2022). Em um momento de baixa frequência às salas de cinema pós-covid-19, o lançamento fez com que o público enchesse cinemas em todo o Brasil ajudando a recuperar espectadores que, com o streaming, se acomodaram ao sofá da casa.

Sendo assim, tendo em mente os estudos pós-coloniais e periféricos e de representação, referências como Franz Fanon (2008), Lélia González (1988), Stuart Hall (2016), Gayatri Chakravorty Spivak (1985/2010) e Achille Mbembe (2011) são importantes para a reflexão teórica deste trabalho. Assim como aqueles que versam sobre os regimes de visibilidade como Jacques Rancière (2009) ou a invisibilidade preta como em bell hooks (2019). Dadas as características próprias de cada um dos objetos em estudo e dos processos sociais e estéticos aos quais estão associados, Sodré (2019), especialista da comunicação e das culturas negras, ao definir a forma social brasileira como de uma escravidão inconclusa, uma vez que “não se aboliu a forma escravocrata dos espíritos”, permite compreender e embasar em sua amplitude o acontecimento que se busca aqui pôr em relevo. Segundo o autor (2019)

A forma social é a maneira como a sociedade se configura por dentro e por fora. A ideia da forma social abrange uma visão sobre a interioridade das pessoas: como é que se pode compreender o outro, como é que se pode ver o outro. . . . O conceito de forma social me diz: ‘a escravidão não acabou’. Na forma social as pessoas repelem ainda o sujeito de pele escura. Costumo me referir às expressões claros e escuros. . . . A vida pode ser difícil a partir da cor da pele. Então, essa forma me diz: ‘não se aboliu dos espíritos a forma escravocrata.’ (p. 879)

Desse paradigma que compõe visceralmente a formação social brasileira, decorre o exame sobre o que os filmes criam, suas circunstâncias políticas e ideológicas, expressas na forma das imagens e discursos que recusam as

visualidades estabelecidas, estereotipadas e reiteradas, promovendo outro imaginário a ser partilhado por peles ‘claras ou escuras’ e que terão repercussão no mainstream (Bhabha, 1998; Sodré, 2019). Como observa o realizador André Novais, da *Filmes de Plástico*, a mesma produtora responsável por *Marte Um*, recusar e contrariar as formas de representação habituais sobre os negros é um gesto político. Ele contraria, conforme Spivak (2010) a “violência epistêmica”, a que é enunciada por discursos e imagens e, assim, conforma, impõe e define a identidade do outro, subjugando-o. Segundo Novais, em entrevista concedida em 2016, sua intenção era

colocar o negro como alguém que vive normalmente. Sem a questão da violência ou do tráfico de drogas, que geralmente é como é retratado no cinema brasileiro e até no cinema mundial . . . algumas pessoas não entendem o quanto é político isso, no sentido que é uma forma de acostumar o olhar das pessoas de que o negro da periferia também vive em harmonia. (*Ela Volta na Quinta*, 2016)

Partindo dessas premissas e lembrando que cada filme expressa um projeto artístico, social e estético distinto, está nas diferenças o quadro mais amplo das trilhas possíveis dessa inclusão e aquilo que essas autorrepresentações trazem de novo e disruptivo. Procedemos ao estudo de caso desses filmes, procurando dessa forma marcar nos estudos da Comunicação e na Historiografia do Cinema Brasileiro, em 2022, o inédito reconhecimento de público, crítica e repercussão social e cultural de dois filmes de autores, atores e profissionais negros⁴.

É preciso esclarecer que entendemos o *mainstream*, conforme Martel (2010/2012), como “a cultura que agrada a todos”.

A palavra, de difícil tradução, significa literalmente “dominante” ou “grande público”, sendo usada em geral para se referir a um meio de comunicação, um programa de televisão ou um produto cultural que vise um público amplo. *Mainstream* é o inverso da contracultura, da subcultura, dos nichos; para muitos, é o contrário da arte. (p. 20)

Mainstream pode estar referido a uma ‘cultura de mercado’ ou do mercado, sem que almeje apenas a monetização do entretenimento. Pelo contrário, acreditamos que o intuito desses filmes é chegar a um público expressivo, fazer circular outras narrativas, imagens, construir novos imaginários, contrariando o estabelecido pela alteridade eurocêntrica branca, assumindo o protagonismo da criação, numa aspiração artística própria e original.

⁴ Como vamos mostrar adiante, filmes de autores negros tiveram e têm reconhecimento. O que apontamos de distinto é a bilheteria de mais de 500 mil espectadores com *Medida Provisória* e a escolha de *Marte Um* como o representante brasileiro para o Oscar, dois marcadores significativos de sucesso popular que ainda não havia sido alcançado e a relevância crítica.

A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO

Ao contrário da caracterização de Weber (2011) sobre o acontecimento midiático, a repercussão dos dois filmes não foi estrondosa, embora a divulgação de *Medida Provisória* desde 2020 tenha sido extensa, obtido reverberação e um trabalho constante de engajamento de público. O impacto de *Marte Um* veio de premiações e da repercussão no Festival de Gramado, mas sobretudo da indicação pela Academia Brasileira de Cinema e Artes Audiovisuais para concorrer ao Oscar de melhor filme estrangeiro de 2022. É a excepcionalidade que marca o acontecimento: pela primeira vez na história da exibição cinematográfica de filmes brasileiros em salas comerciais, na história do cinema brasileiro, portanto, dois filmes produzidos por pessoas pretas tiveram repercussão pública significativa.

O cinema em geral é uma atividade cara, e as produções brasileiras em particular dependem de financiamento público ou privado, o que não garante a sua distribuição em salas e recepção ampla do público. Apenas no século XXI, com os novos equipamentos digitais e suas janelas de exibição, aliados às políticas públicas de incentivo à produção, tornou-se possível filmar em maior escala. Chegar às grandes telas e a grandes públicos, no entanto, continua complexo. Questões socioeconômicas e culturais internas e externas explicam esse panorama e para pessoas pretas essa dificuldade é ainda maior (Gomes, 1980; Carvalho, 2005). Podem ser referidas as contribuições de profissionais como Cajado Filho, Odilon Lopez, Haroldo Costa que atuaram como assistentes, cenógrafos, roteiristas e até na direção a partir das décadas de 1940 e 1950. Com o Cinema Novo, surgem obras significativas de Zózimo Bulbul (*Alma no Olho*, 1974), Luís Paulino dos Santos (*Mar Corrente*, 1967) e Adélia Sampaio (*Amor Maldito*, 1984). Apesar da densidade de suas criações, que iam de par com os novos cinemas, do diálogo expressivo com o que se realizava entre os movimentos de luta e afirmação negros e de negras nos Estados Unidos (González & Hasenbalg, 1982), das aproximações com as culturas africanas, características dos anos 1960 e 1970, e da opressão do Regime Militar, vivamente expresso em *Alma no Olho* (1974), curta-metragem experimental de Zózimo Bulbul, feito com sobras de outra película, onde o corpo e os gestos falam do lugar dos pretos no Brasil, esse filme, assim como *Amor Maldito* (1984) de Adélia Sampaio, o primeiro sobre o amor entre duas mulheres, tiveram dificuldade de exibição e difusão, e só a partir dos anos 2000 começaram a ser retomados⁵.

Um diretor como Joel Zito Araújo, com produções documentais como *A Negação do Brasil* (2007), ficções como *Filhas do Vento* (2004) e séries na TV, segue com relevância maior a esse padrão de dificuldades de realização e repercussão. Em 2008, surge o *Dogma Feijoadado*, como um manifesto, a exemplo do *Dogma* dinamarquês no qual o sociólogo Noel Carvalho, o realizador Jefferson

⁵ Os estudos sobre diretoras brasileiras desde os anos 2010 trouxeram de volta a contribuição e as características do trabalho e da trajetória de Adélia Sampaio (Cavalcante, 2017).

De e outros signatários interditam a reprodução de estereótipos, além de promover reflexões que prosseguem desde então (Carvalho, 2005, 2022). O que pode ser visto, inclusive com *Bróder*, de De (2010). Além disso, apesar de De participar de séries televisivas e dos longas *M8 Quando a morte socorre a vida* (2019) e *Doutor Gama* (2021), ele e outros diretores e diretoras independentes produziram filmes que não chegaram a se destacar no mainstream.

Com a Redemocratização e o início dos anos 2000, segundo Leroux (2019, p. 26), escolas em várias cidades oferecem formação em audiovisual para “jovens das classes populares, moradores de favelas, subúrbios e periferias”. Como se baseavam em editais e precisavam deles para se manter, acabaram tornando-se ‘projetos sociais’ que em seu entender apresentam um “civismo de resultados”. Ainda de acordo com a autora,

Esse caminho cedo assume, em maior ou menor grau, a conhecida fórmula do uso da arte reduzida a ferramenta para civilizar jovens das classes populares, através da construção pedagogizada da experiência artística, pela imposição de um padrão temático e estético palatável. O olhar e a voz do pobre, mesmo nessas iniciativas de “dar autoria”, estariam de certa forma cerceados pela expectativa de que expressem o que é imaginado como sendo “próprio das classes populares”: apenas o necessário e o útil. (p. 26)

Esta avaliação certamente não traduz a totalidade dessas produções e dos caminhos por elas abertos, no entanto interessa reter desta análise como a forma de inclusão, a situação socioeconômica e o local de moradia desses produtores se transformaram em gênero – cinema periférico – que lhes foi imposto (Leroux, 2019, p. 26)⁶.

A produção ininterrupta de documentários e curtas-metragens de pessoas pretas é significativa, assim como o surgimento de festivais, publicações de afirmação preta feminista e periférica, coletivos, como o Mulheres Negras, além de produtoras como a Filmes de Plástico, em Contagem desde 2009. Toda tentativa de sistematização será incompleta, felizmente, pois são múltiplas, potentes e ininterruptas as realizações dos diversos sujeitos em todo o país.

Em meio a esse intenso movimento molecular de diferentes realizações, geografias e territórios que se expressam, do ponto de vista do mainstream foi a execução de George Floyd, em 2020, nos Estados Unidos, que catalisou mais um processo midiático amplo e internacional de indignação contra o racismo. O caso se consagrou como a “primavera negra” (“Estamos vivendo”, 2020), termo referido originalmente por Lélia González, em *Primavera para as rosas negras* em 1991, no sentido de um enegrecimento das lutas femininas e sociais

⁶ Por conta de apropriações desse tipo, e porque a noção de periferia é em si um juízo de valor – supõe um centro, o lugar da norma, e o que está fora dela, a periferia – evito utilizá-la, ainda que seja uma palavra hoje em pleno uso denominando um gênero cinematográfico e cultural, uso acadêmico, entre outros.

(González, 2018), é recuperado pelo publicitário baiano Paulo Rogério Nunes. Segundo ele,

Esse momento é histórico, estamos vivendo uma primavera negra, com diversos países se somando aos protestantes americanos. É um processo, vai continuar por bastante tempo. Porém é importante pensar que a violência policial é algo grave e está atrelada a questões de racismo na economia, nos meios de comunicação e em todas as áreas. (“Estamos vivendo”, 2020)

Nunes, fundador do Acelerador Vale do Dendê e Instituto Mídia Étnica, ONG de mídia negra do Brasil, acredita que a representatividade na mídia não era uma questão central nas lutas contra o racismo, mas que “a representatividade é fundamental para criar identidade. O consumidor quer ser visto na mídia, no cinema. Ao colocá-lo nestes espaços, você inclui mais pessoas ao mercado, e, ao trazer novos consumidores, você também traz mais inovação para o setor (“Estamos vivendo”, 2020).

Do movimento de conscientização social, autoconsciência e luta proposto por González em 2018 e ao longo de sua trajetória, entre outros pensadores e militantes da causa negra na atualidade, em um viés neoliberal e identitário, esse movimento torna-se empreendimento de inclusão das populações pretas pobres marginalizadas ou de classe média baixa pelo consumo, conforme a proposta do publicitário. Essa abordagem parece explicar, em parte, a lógica atual da presença eugênica e tokenizada⁷ de pessoas pretas nas mídias hegemônicas, aproximando-se de aspectos de *Medida Provisória*, como vamos mostrar mais adiante. Ao contrário do que afirma Nunes, sempre houve a preocupação com a representatividade negra, e não só na mídia. A questão é como na escravidão inconclusa brasileira, as pessoas pretas tinham/têm o poder de controlar sua representatividade. Lembrando do que defende Rancière (2009) temos que,

⁷ O termo tokenizada vem de tokenismo (do inglês *token*: símbolo), “prática de fazer pequenas concessões publicamente a um grupo minoritário para desviar as acusações de preconceito e discriminação” (Hogg & Vaughan, 2018, p. 387).

A partilha do sensível faz ver quem pode tomar parte no comum em função daquilo que faz, do tempo e do espaço em que essa atividade se exerce. Assim, ter esta ou aquela “ocupação” define competências ou incompetências para o comum. Define o fato de ser ou não visível num espaço comum, dotado de uma palavra comum etc. Existe, portanto, na base da política, uma “estética”. (p. 16)

Essa ‘estética’ de que fala o autor acima ecoa o partido disruptivo da Filmes de Plástico. O seu inverso é visível nos retratos embranquecidos de Machado de Assis por mais de um século. Ele tinha direito ao espaço, segundo

Rancière, por sua atividade nobre de escritor e o reconhecimento social, no entanto, a imagem da fotografia do negro era ‘retocada’, um exemplo dentre milhares de outros.

⁸ No sentido de Georges Didi Huberman (2017) em seu livro e exposição *Levantes*.

Por outro lado, confluem para esse acontecimento também os ‘levantes’⁸, as insurreições periféricas de décadas de produções culturais incentivadas por oficinas de ONGs, centros de cultura, fomentadas por editais públicos ou independentes, como a 24ª Mostra Tiradentes, em 2021, experimentos pobres, mixagens, remixes do mainstream, da arte, do cinema, exercitado em diferentes lugares, que com *Marte Um* chega a uma forma palatável ao mainstream. É uma obra de diretor da periferia de Belo Horizonte e de uma produtora que, desde 2009, cria obras singulares e promove outras sensibilidades, narrativas, outros olhares e corpos em tela, uma experiência do comum que se manifesta entre populações negras, mas não só. Outras miscigenações se expressam nos territórios brasileiros, como se pode ver em ricas discussões entre criadores como Gabriel Martins, de Contagem, Minas Gerais, Lincoln Péricles, do Capão Redondo, São Paulo, ou Carol Rodrigues, da Periferia da Zona Sul paulista.

Nesses territórios são realizadas obras que sequer pretendem chegar ao mainstream, como aconteceu em 1988, quando irrompe o indignado rap d’Os Racionais, hoje incorporado à esfera midiática. São manifestações audiovisuais que, a exemplo da música, buscam exprimir, pensar, se pensar em conjunto e de outras formas, e não raro em ligação com a música, a poesia com os *slams* de Akins Kinté (Slam Resistência, 2017) e o audiovisual como ocorre no cinema de Péricles (Lincoln Péricles LK, n.d.), entre muitos outros (Silvino, 2021). São ações de jovens movidos também pelo acesso à universidade, o que colaborou para o incremento de uma massa crítica que vem diversificando as perspectivas da produção acadêmica feita por pessoas ‘claras ou escuras’ (Sodré, 2019, p. 879). A interiorização das universidades federais está também na esteira da criação de coletivos como a *Rozsa Filmes* (n.d.), do Recôncavo Baiano, entre outros exemplos.

Há um boom de publicações antirracistas de autores nacionais e estrangeiros, seja pela vertente da luta das mulheres negras com o reconhecimento da escritora Conceição Evaristo, de Ana Maria González, a volta à cena de Carolina Maria de Jesus, seja pelos filmes de iniciantes sendo reconhecidos em festivais como a Mostra de Tiradentes e levados para festivais internacionais. Há inúmeros indícios, e desse ponto de vista, a realização de um filme mainstream como *Medida Provisória*, tendo como autor um ator negro consagrado como Lázaro Ramos, demorou muito a chegar.

MEDIDA PROVISÓRIA

Medida Provisória é o primeiro filme brasileiro comercial a encontrar ampla repercussão ao abordar como temática central o racismo, além de suas decorências, como a deturpação das leis e as normalizações agressivas e perversas que ali estão presentes. Recorrendo a gêneros populares na atualidade – o terror, a ficção científica na forma de distopia e humor –, o filme chega ao resultado quase épico ao promover o desnudamento público do racismo brasileiro, ao mesmo tempo em que, ao fazê-lo, dá vazão ao sentimento comum de opressão face ao clima político que se instaurou no país desde 2016, especialmente no governo de extrema-direita de Jair Bolsonaro.

A peça *Namíbia, Não*, de Adri Assunção, dirigida por Lázaro Ramos em 2011, está na origem do filme que o ator começou a adaptar para cinema em 2013, transformando a peça teatral – em que dois personagens que discutiam o pertencimento negro num momento em que o país ainda parecia ter expectativas positivas de devir –, na distopia desalentada rodada entre 2019 e 2020, que teve seu lançamento bloqueado pela Ancine. Esse bloqueio, atraso ou censura velada à estreia nas salas (Cruz, 2021), já havia ocorrido com *Marighella*, de Wagner Moura, também com um protagonista negro, finalizado em 2019, mas só lançado dois anos depois.

A carreira do baiano Lázaro Ramos começa no *Bando do Olodum* em Salvador, aos 15 anos, e desde então pontuada por sucessos como ator no cinema, no teatro, na televisão, como entrevistador, como autor de cinco livros infantis e da autobiografia, *Na minha pele* (2017), que tem o racismo por tema central, além de ser o embaixador da Unicef no Brasil. Trata-se de um nome ligado a causas sociais e em particular à questão racial, encarnando publicamente a figura do ‘negro único’, ou seja, aquele que tem visibilidade para falar por todos os outros, conforme o conceito de Ana Maria Gonçalves, em *Um defeito de Cor* (2017), referido por ele no programa de televisão *Roda Viva* (2022).

Foi desse lugar de visibilidade e representatividade que Lázaro Ramos concedeu 72 entrevistas entre 2020, momentos finais da produção e dos bloqueios da Ancine, e 2022, quando o filme foi lançado (*Roda Viva*, 2022). Com isso, promoveu uma constante intervenção midiática sobre os temas que a distopia afro futurista suscita. Foi por meio dela também que encenou sua experiência sob Bolsonaro: “Como é que a gente não percebeu que isso ia acontecer”, indagação aterrorizada dos personagens do filme e do espectador.

As dezenas de entrevistas permitiram a ele abordar suas ideias sobre o destino e a potência que a maior participação das pessoas pretas pode trazer à sociedade: “O público quer isso. Não é uma demanda social, é uma demanda de mercado” (*Roda Viva*, 2022). Na entrevista, a notar, o social tornou-se mercado.

⁹O Instagram de *Medida Provisória* oferece instruções e cursos de combate ao racismo em empresas. Recuperado em 26 jul. 2024, de <https://www.instagram.com/medidaprovisoriafilme/>.

¹⁰No Instagram do filme em junho de 2022: “Acabei de assistir e confesso que estou chorando... Enquanto mulher preta senti na alma a dor que o filme mostra, mas também consegui me envolver na força da resistência que é explícita do início ao fim. *Medida Provisória* não está longe de acontecer se não resistirmos e lutarmos pelo país que também é nosso.” Recuperado em 26 jul. 2024, de <https://www.instagram.com/stories/highlights/18132077785260067/>.

As entrevistas alimentaram expectativas em torno do filme, por meio de uma campanha de mídia eficaz que amalgamou o filme e as falas de Ramos a uma resistência militante contra o racismo⁹ (o Instagram de *Medida Provisória* oferece instruções e cursos de combate ao racismo em empresas) e o poder opressor do governo Bolsonaro, “a perversidade como política de Estado” (Roda Viva, 2022). A partir da boa recepção inicial do filme, o autor alimentou a continuidade de *Medida Provisória* nas salas de cinema do país, incentivando a presença ininterrupta do público, fator obrigatório para que um filme permaneça em exibição. Conseguiu esse feito durante seis meses, alcançando 500 mil espectadores em salas de cinema, em um momento em que o público ia muito pouco ao cinema, e praticamente a nenhum filme brasileiro. Além disso, publicou o *Diário do Diretor*, livro sobre a construção do filme. Subprodutos esses que preencheram de *Lázaro Ramos* espaços e recônditos midiáticos, difundindo a ideia de um filme sobre negros feito por negros¹⁰.

O enredo e a encenação

Medida Provisória constrói um futuro distópico, onde um governo opressor decide devolver compulsoriamente a população preta à África em resposta à reivindicação de indenização pelos séculos de escravidão. Antônio Gama (Alfred Enoch), um jovem advogado – de mesmo sobrenome de Luís Gama, como o personagem, um advogado negro que lutou contra a escravização – casado com a médica Capitu (Taís Araújo), resiste à expulsão lutando contra o banimento por meios legais. Junto com o casal vive o primo André Rodrigues (Seu Jorge), um jornalista que namora Sarah (Mariana Xavier), que é branca. A *devolução* dos cidadãos de ‘melanina acentuada’, eufemismo com que o governo designa a população preta no filme, é comandada por Isabel (Adriana Esteves), “a burocrata aplicada e implacável” (Araújo, 2022a) e seu secretário, Santiago (Pablo Sanábio). O nome feminino não é inocente, já que a princesa Isabel ficou conhecida, na historiografia oficial, como a “Redentora” dos negros e responsável pela abolição da escravatura.

No filme, os rebeldes são caçados com violência pela polícia, o que acontece com Capitu no hospital em que trabalha como médica. Ela e outros fugitivos correm pela floresta e são resgatados pela resistência do *Afrobunker*, o quilombo urbano onde se refugiam. Estão ali inúmeras pessoas pretas diferentes em seus modos de ser no matiz da pele, profissão, idade. Antônio, o advogado, e André entrincheirados no apartamento resistem, mas são perseguidos por Izildinha (Renata Sorrah), a síndica do edifício onde moram. Fora do apartamento, André é morto pelos policiais. Santiago, o auxiliar de Isabel, deixa o seu trabalho e vai

encontrar com Ivan, um dos responsáveis pelo *Afrobunker* e seu namorado, mas os resistentes, temendo que seja um infiltrado, o executam. Antônio reencontra Capitu, os dois são presos, mas conseguem escapar com a ajuda de resistentes. Ao final, centenas de pessoas pretas tomam as ruas ao som de *O que se cala*, música de Elza Soares, e a essa imagem sobrepõem-se as de outras personalidades negras. Terminados os créditos finais, o filme mostra que o casal e o filho tiveram um destino feliz em alguma outra terra.

Ao trabalhar sobre gêneros populares, como o terror e a ficção científica, o filme chega a uma distopia ao gosto contemporâneo, com perseguições, esconderijos, arbitrariedades e violência do opressor, compondo uma narrativa melodramática de luta entre o bem e o mal, pontuada por circunstâncias trágicas, com respiros cômicos e final feliz, e ao usar como protagonistas negros de classe média, o que não é habitual na ficção audiovisual brasileira. É um arranjo narrativo ao gosto do mainstream, construindo um melodrama de autorrepresentação negra com injustiças, provações, a trajetória do herói e até mesmo contradições e erros entre eles¹¹.

A inspiração do diretor em séries e diretores americanos e negros é explícita. Há um amálgama de atmosferas de séries como *Black Mirror* e *A História da Aia* com paisagens da Pequena África, território significativo para a cultura africana no Rio de Janeiro, onde há uma década, a partir de escavações do Cais do Valongo foram descobertos os locais onde os escravizados chegavam e eram vendidos. Essas paisagens aparecem em cenas de perseguição pelas vielas, nos muros rabiscados, cinzentos – cenários canônicos das distopias cinematográficas –, com a reprodução de anúncios de cativos fugidos e procurados do século XIX, que evocam as perseguições daquele momento. É ali, passando pela Pedra do Sal, antigo ponto de referência dos escravizados que se localiza o *Afrobunker*. Contrastando com as sombras desses territórios de fuga e resistência, o centro do poder é luminosamente opressor com seus espaços retilíneos de grandes edifícios envidraçados e desabitados que ocupam acintosamente também outras cidades brasileiras.

O *Afrobunker* é o esconderijo e lugar de resistência onde o filme dá espaço para que diferentes personagens, diante do temor de serem denunciados pelo branco Santiago, gritem suas dores de injustiças e preconceito renitente. É o momento central do filme, num psicodrama intenso que apela à identificação e ao diálogo com o espectador em um momento de catarse e engajamento, que culmina com a execução de Santiago.

Conforme relatos de Lázaro Ramos, ele buscou inspiração para a encenação e iluminação em *Moonlight* (2016), nas atmosferas de *Se a Rua Baele falasse* (2019), ambos de Barry Jenkins; em Spike Lee e Jordan Peele, todos cineastas

¹¹Evidentemente a ficção branca sobre os negros é prenhe de melodramas, como o *Navio Negreiro* de Castro Alves e tantos outros, não só brasileiros.

negros norte-americanos, buscando o terror que se constrói na imagem sem rosto dos policiais. O terror embora buscado não vem da encenação, mas da situação que se cria, ao contrário do que ocorre em *Nós* (2019), de Peele. Ao mesmo tempo, como o diretor aborda a questão racial brasileira recorrendo ao reconhecimento pela lei, prática que não se desenvolveu devidamente no Brasil – é do direito norte-americano e foi por meio dele que se conseguiu ali pôr fim à segregação, em meio à persistência de violência e racismo –, que se entende a concepção de um protagonista advogado que busca pela lei a indenização e a cidadania que protegeria os negros do desterro. A indenização nunca foi cogitada no Brasil, salvo por José Bonifácio, que era a favor da Abolição na época da Independência. Como norma, só fazendeiros reclamavam suas perdas ao Imperador e à República. O que tivemos depois de um século da Abolição foi a criminalização do racismo pela lei de 1989, nem sempre praticada e respeitada, e políticas de reparação como as ainda contestadas cotas nas universidades ou editais de fomento no audiovisual – um único em 2016.

Nos anos 1970, o movimento negro no Brasil ganha corpo de forma mais estruturada, inspirado no que ocorria nos Estados Unidos em um momento de grande efervescência. Além disso, temos as potentes lutas pelos direitos civis, posteriores ao assassinato de Martin Luther King, em 1968, motivadas pela sua atuação na causa e à militância de intelectuais como Angela Davis, dos Panteras Negras, que vão impactar Lélia González e outros ativistas brasileiros, assim como o trabalho artístico de Zóximo Bulbul, conforme Noel Carvalho (2005).

O que muda com *Medida Provisória* é o ponto de vista a partir do qual o filme e os personagens se movem. O protagonista é um homem de classe média, assim como a mulher, que é médica. A trama censura e contorna as imagens clichês estabelecidos de negros favelados e/ou com armas. A favela só é mencionada em um diálogo e durante noticiário, informando dos ataques, mas é distante. Ramos deu protagonismo a personagens negros de classe média como ele, uma vez que “são praticamente abandonados na história do nosso cinema” (Roda Viva, 2022). Busca-se dessa forma outra identidade visual, um território geográfico próprio, que por vezes terão aparecido em personagens excepcionais de novelas ou *sitcoms* da TV. Os três protagonistas têm formação superior, moram num apartamento em Botafogo e não em comunidades ou nos subúrbios, onde são costumeiramente localizados nas produções do audiovisual massivo brasileiro.

É perceptível a ambição de chegar a um público amplo, inclusive fora do Brasil, em particular na África, onde foi lançado no início de 2023, reatando um diálogo que o cinema brasileiro já viveu durante o Cinema Novo, ou nos Estados Unidos onde foi exibido em festivais de cinema negro. Em seu relato é

nítida a importância do contato com o canal de TV por assinatura americana *Black Entertainment Television* e com suas “estratégias de venda . . . percebeu que há um público interessado em histórias ligadas à população negra” (Ramos, 2022, p. 21). Colocado dessa forma, para o diretor, ver e ser visto parece dar conta da tragédia lançada pelo filme.

Ao mesmo tempo, o que se percebe em Ramos e que se pode ver nas imagens de *Medida Provisória* é a experiência que ele traz do meio massivo em que atua, a televisão, com a estrutura dramática de seus produtos ficcionais. Percebe-se uma sabedoria midiática na composição dos atores e da equipe: a codiretora Flávia Lacerda vem da televisão, assim como Daniel Filho, o produtor, que dá ao filme a qualidade de ambientação e acabamento, perceptível desde a presença dos drones nos *travellings* aéreos e noturnos feitos a partir da Praia de Botafogo e também na escolha do ator inglês Alfred Enoch, conhecido por *Harry Potter*, filho de ator inglês com *mãe afro-brazilian descendent*, conforme o Imdb, Além disso, temos no longa Taís Araújo, o carismático Seu Jorge, a simpática gordinha Mariana Xavier, sua namorada, um vizinho oriental (Paulo Chun), assinalando a preocupação com a diversidade de representação, as consagradas vilãs televisivas Renata Sorrah e Adriana Esteves, personalidades negras como D. Diva Guimarães, Emicida, sem contar mais 26 negros que compõem o *Afrobunker* e dos 77 atores do elenco, em sua maioria também negros (Ramos, 2022, p. 48).

O diretor contratou a socióloga Aline Maia Nascimento para investigar o que as pessoas pretas não queriam ver na imagem como características suas (Ramos, 2022, p. 13). Isso certamente contribuiu para a empatia que o filme promoveu entre os espectadores negros e brancos que alcançou, já que é um filme que visa falar também aos brancos: trata-se de ensiná-los a olhar para os negros.

O filme se dirige ao seu público de um ponto de vista novo, se considerarmos as características dos filmes brasileiros, conforme os estudos de Noel Santos Carvalho (2005, 2022) ou de João Carlos Rodrigues (2011), assim, não é pela ótica da violência do oprimido nem do ressentimento (Carvalho, 2005). O longa se distancia também da conciliação a partir das narrativas de contribuições culturais – carnaval, samba –, conforme Ismail Xavier, ou pela miscigenação sexual supostamente feliz que omitem e apagam os conflitos (Xavier, 1993). Não se trata também de examinar as representações dos negros na televisão, como Joel Zito Araújo em *A Negação do Brasil* de 2000, desse diretor, roteirista, produtor e curador que tem trabalhos reconhecidos para a TV Globo. Pelo contrário, o filme procura responder aos temas da pesquisa proposta, e coloca luz sobre a síndrome de Princesa Isabel, o branco bom que quer ajudar, o relacionamento interracial entre Seu Jorge e a namorada, abordando outros pontos de ancoragem da narrativa, outro olhar.

No entanto, a estrutura dramática não foge aos clichês do melodrama que se sobrepõem aos ensaios de distopia: o casal central separado e sacrificado pelas adversidades resiste. As perseguidoras são estereotipadas, caricatas, não sem razão, dado que são vilãs consagradas das telenovelas. No desfecho, o diretor cria uma situação dramática que coloca em paralelo os assassinatos de André (Seu Jorge), delatado pela síndica má, e Santiago, que deixa o seu trabalho de assessor de Isabel no Ministério da Devolução e se refugia no *Afrobunker*, criando a expectativa de adesão bem-sucedida do branco aos injustiçados *melaninados*, o que não ocorre. Santiago está ali apenas porque é o namorado de um dos líderes – outra diversidade que a trama contempla –, porém, incompreendido pela maioria dos negros é executado. André, em Botafogo, será cercado e morto pelos policiais, os jagunços da Devolução. Mas Santiago, o branco, também será eliminado, não sem violência ou oposição, por aqueles que temem pela segurança do quilombo. Com a trama em torno de Santiago, o diretor encena o reverso do preconceito e suas consequências igualmente nefastas. Ramos buscou, assim, criar um paralelismo entre a irracionalidade da eliminação de André pela polícia e a execução de Santiago pelos negros, mas a comparação é de outra ordem. Os pretos matam por medo, para sobreviver; os policiais matam porque esse é o seu trabalho, são pagos para isso. A polícia tem a racionalidade do poder. Os negros do *Afrobunker* temem ser capturados e não querem acreditar que Santiago estaria ali por amor a um negro. A construção das cenas com Santiago, toda a sequência de sua ida ao esconderijo e suas decorrências faltam nexo, já que o amado, Ivan, um dos líderes do lugar, logo após o assassinato esquece do ocorrido. Há muitas ações que simplesmente vão se avolumando, que devem ser mostradas ao espectador porque parecem responder a uma agenda progressista de costumes. O amor homossexual, a adesão de um branco que só gera desconfiança, sugere que as questões referentes aos homens pretos só podem ser resolvidas pela ação deles próprios: não é problema dos brancos. As cenas rápidas e sem densidade dessa parte não se explicitam com clareza e não têm o tempo e desenvolvimento para que se possa entendê-las. Elas estão lá para mostrar algo e dizem algo porque é necessário para capturar o público, o *mercado*, no dizer do diretor, mas logo dão lugar a outra questão.

Em suma, *Medida Provisória* afirma o direito à existência *in extremis*, em um cenário distópico que desemboca na proposta de levar a uma ação, conscientização. Com isso, ou apesar disso, o que se sobressai é a pedagogia sobre como o negro deve ser visto, revisto e se ver.

Ao final das sessões de exibição do filme, ao longo de quase seis meses, em especial nos finais de semana, o filme foi aplaudido de forma emocionada pela plateia e ecoou socialmente¹².

¹²“Assistir a *Medida Provisória* no cinema é um ato revolucionário” Comentário no Instagram do filme. Recuperado em 26 jul. 2024, de <https://www.instagram.com/p/CdY1w-9p6Gj/>

MARTE UM

*“é preciso ter olhos para enxergar
essa imensa reserva de imaginação
que se aninha sob a pele da rotina e
transformá-la em cinema”.*
(Guimarães, 2021)

Marte Um, premiado pelo júri popular do Festival de Gramado, em agosto de 2022, como melhor filme e vencedor do prêmio especial do júri por “trazer de volta o afeto” sentimento compartilhado pelos “choros ao final da exibição no festival e por onde tem sido exibido em um curto e batalhado espaço no circuito brasileiro em 33 salas” (Dias, 2022), não contou com o mesmo espaço e a repercussão midiática de *Medida Provisória*. O filme passou pelo Festival de Sundance, de Toulouse, na França, e ganhou como melhor filme do Black Star Film Festival na Filadélfia (BlackStar, 2022), evento dedicado inteiramente a filmes negros (Anic, 2022), fato praticamente ignorado no mainstream brasileiro. Foi a escolha da obra por 19 críticos da Academia Brasileira de Cinema (2023) ao Oscar 2023 que chamou atenção e apesar da mobilização para arrecadar fundos e sensibilizar os eleitores da Academia americana, além de entrevistas para jornais e blogs, o longa não passou a barreira dos 15 pré-selecionados ao Oscar em dezembro daquele ano. Antes disso, no entanto, a produtora independente Array Releasing¹³, de Ava DuVernay – primeira diretora negra estadunidense a vencer um festival de cinema, em Sundance, em 2012, com o filme *Middle of Nowhere* – comprou os direitos de distribuição para os Estados Unidos, Canadá, Grã Bretanha, Nova Zelândia, Austrália, e para a Netflix americana, estreando ali em janeiro de 2023. Segundo Tilane Jones, a presidente do coletivo, “A Array tem o orgulho de distribuir *Mars One*, que marca a primeira vez que o Brasil escolhe um filme de um diretor negro brasileiro para representar o país no Oscar de melhor longa internacional” (Keslassy, 2022). Com isso, no Brasil, o número de salas de cinema interessadas em explorar o filme chegou a 69 e, segundo o site *Tela Viva*, acompanhando um aumento de público de 200% (“Campanha ‘De Minas para o mundo’”, 2022).

Marte Um não aborda o preconceito racial. Gabriel Martins, assim como seus três colegas da Filmes de Plástico, se volta para o denso estar no mundo que pode surgir a partir do quintal, da rua, da casa, nas longas viagens de ônibus que separam Contagem do centro de Belo Horizonte, onde estavam os cinemas, a faculdade, tempo da imaginação, dos filmes imaginados que se criavam no tédio da espera dos trajetos. A observação e os afetos que fluem

¹³ Array é um coletivo independente de distribuição de filmes criado em 2011, com recursos de organizações de defesa das artes, voluntários e doadores membros rebeldes em todo o mundo. Recuperado em 26 jul. 2024, de <https://arraynow.com/about-array/>

da suposta banalidade de uma janela onde se vê uma rua movimentada e um posto de gasolina, no curta-metragem *Fantasma* (2011), em *Pouco mais de um mês*, ou *Temporada*, de André Novais, nos curtas de Martins. Como observou Guimarães sobre *Filme de Sábado*, o curta-metragem de Martins sintetiza muito de sua carreira, da *Filmes de Plástico*, e de *Marte Um* “quando tudo lá fora diz não, o olhar se volta para o quintal de casa e enxerga ali uma imensidão de possíveis” (Guimarães, 2021).

É esse o tema central de *Marte Um*, como é também a característica central das produções desses quatro colegas de faculdade que criam a *Filmes de Plástico*, sugestivo nome de uma despreensão que vem levando a filmes singulares, reconhecidos no Brasil e no exterior em festivais como Cannes e outros. Os sonhos, temores e o fio da vida que se tece no dia a dia da família de Deivid (Cícero Lucas), garoto de 12 anos que, apesar de jogar bem futebol, quer ser astrofísico e colonizar Marte, contrariando os planos de seu pai, o porteiro Wellington (Carlos Francisco), ex-alcoólatra que frequenta a Associação de Alcoólicos Anônimos (AAA) e trabalha num prédio de classe média alta. Deivid partilha seu plano secreto com a irmã, Eunice (Camilla Damião), jovem universitária que o ajuda a comprar um ingresso para ver a conferência do astrofísico negro norte-americano Neil de Grasse Tyson, sobre Marte Um, do qual o menino quer fazer parte em 2030. Ela, por sua vez, partilha com ele o amor pela namorada Joana, o plano de sair de casa para morarem juntas e o temor da reação dos pais. Tercia (Rejane Faria) a mãe, que cuida da casa do artista Tokinho, sofre uma pegadinha da televisão em um bar no centro da cidade. Assustada desde então, acredita estar sendo vítima de uma maldição que pode prejudicar a família. Enquanto isso, o pai consegue a ajuda de um jogador famoso para Deivid fazer um teste no Cruzeiro, entretanto, isso seria no mesmo dia da conferência e o garoto não quer perdê-la, assim como não quer ter como destino o futebol. O pai esperançoso com essa possibilidade, deixa o trabalho por algumas horas para preparar essa ocasião. Pede a um ajudante que o substitua em tarefas na casa da síndica. No entanto, não imaginava que o rapaz, que se queixava das desigualdades entre a vida deles e a dos moradores daquele prédio, roubasse a casa da síndica na sua ausência. Ele é mandado embora de forma sumária, no mesmo momento em que Deivid provoca um acidente com a sua bicicleta e quebra a perna, pondo fim ao seu futuro no futebol. O pai demitido sabe do acidente do filho e desgostoso, volta a beber. Passada a tempestade dos desencontros do desejo, dos sonhos, Deivid está aliviado, o pai se recompõe e a mãe percebe que o destino a poupou de um grave acidente, enquanto a irmã segue com sua namorada. Deivid que construiu um telescópio com material reciclado e traquitanas do avô, que como ele também era inventivo, no terraço da casa

mostra à família as estrelas e a possibilidade de chegar a elas e a Marte. A vida e suas possibilidades que podem ser pensadas para todos.

Limites, destinos, contrariedades que todos partilham e que tenderiam, em outras mãos, a serem tratados com uma dramaticidade que *Marte Um* e a Filmes de Plástico evita. Limites podem ser traçados pela situação social, racial, ou de gênero, no entanto, há de se olhar para eles, buscar escapes, compreensão, se pôr no lugar do outro. Esse é o gesto político e afetivo que o filme propõe em um momento de tanta discórdia, de tantos preconceitos liberados com tanta violência e irracionalidade como os vividos no Brasil naqueles momentos. Essa é a insurreição empática proposta pelas imagens, “mostrar a vida de pessoas negras sem fazer disso ativismo. O assunto está lá”, conforme observa o crítico Inácio Araujo. No entanto, “Basta ver a maneira como o pai é tratado quando perde o emprego – o que escancara como essa população e as classes sociais mais baixas são tratadas no Brasil” (Araujo, 2022b).

Deivid é Gabriel Martins e seu telescópio, soma de histórias, vivências pessoais e da bricolagem possível para fazer o que se sonha desde os oito anos, como aconteceu com ele e seus colegas. Fazer filmes ‘de plástico’, filmes com os recursos possíveis para jovens de bairros periféricos que gostam de cinema, mas não veem nas telas pessoas como aquelas que conhecem, os espaços onde vivem. Outras vidas, paisagens e espaços como a festa de aniversário de Tercia, os bailes de Eunice, o jogo de cartas da família na sala, a bicicleta, a lanchonete, o cansaço e o incômodo no ônibus. O porteiro às voltas com a síndica a quem procura agradar e o faxineiro que o incomoda com críticas à situação tão desigual, a instabilidade do ganha-pão de Tercia como diarista e até mesmo o menino negro estudioso no computador, com seus grandes óculos. Segundo Gabriel, trazer isso para as telas “é um estado de espírito, falar de personagens nessa condição de algum tipo de marginalidade, que não é o lugar central das narrativas, personagens que ocupam lugares para os quais o mundo não está olhando” (Dias, 2022).

Assim, os personagens são negros e vivem suas vidas, mas são todos diferentes, como os pais da namorada de Eunice que tendo uma condição social melhor, acolhem o namoro da filha, enquanto Wellington e Tercia a princípio não entendem. A tensão é visível na cena da primeira visita de Joana à família de Eunice, diante da televisão onde o Cruzeiro, time do pai e o Atlético MG, da namorada, disputam um jogo e o Atlético leva a melhor, o que deixa o pai muito contrariado. O comportamento expõe não só o incômodo com a derrota, mas ao perceber a orientação da filha querida. Pequenas notações que se constroem com e muito além de questões raciais.

Se *Medida Provisória* falou a um grande público por trazer o clima opressivo que se vivia, *Marte Um* embora tenha a princípio ecoado em um público menor,

também se insere nessa mesma realidade quando nas cenas iniciais, na cozinha a filha que lava a louça censura a mãe por não incentivar a ajuda do irmão nos afazeres de casa, e se ouve no rádio, ao fundo, a notícia do resultado da eleição de 2018, mas não há comentários. Os personagens assim como o espectador vivem aquela mudança, e têm que seguir vivendo. É a condição de todos.

O ônibus e o cinema

Gabriel Martins cresceu em Contagem quando ali era ainda mato, o lugar possível para a família comprar o terreno da casa que foi levantada aos poucos. Começou a pensar em fazer filmes aos oito anos, embora não houvesse ali nem nas imediações uma sala de cinema. Contando com o incentivo dos pais, aos 12 o levaram à *Mostra de Cinema de Tiradentes*, quando pode fazer oficinas e viu *Bicho de Sete Cabeças* (2000), de Laís Bodansky. “Eu fiquei maluco com aquilo. Entender que havia atores que se transformavam, aquilo fez sentido pra minha cabeça” (Dias, 2022). Aos 17 anos cursou a *Escola Livre de Cinema* de Belo Horizonte onde fez seu primeiro curta-metragem e conheceu André Novais e Thiago Macêdo Correia. Maurílio Martins, o quarto sócio da Filmes de Plástico, veio na faculdade de cinema que cursou com bolsa de estudos. Em um debate com outros criadores ele conta que,

para vir à faculdade, morava longe de Belo Horizonte, passava mais de uma hora dentro de ônibus. Casa e estudo, casa e trabalho, lugar de vivências, de tédio e demora para transitar entre casa e estudo. Esse descaso social, descaso do estado com o transporte público, acaba gerando em mentes sonhadoras e muito teimosas, uma desculpa para inventar. Essa é a minha história, é a história do André e do Maurílio, o transporte público foi sempre um ponto de muita invenção. E essas pessoas que eu via, ainda despertavam algo muito forte, paralelo do cinema que chegava a mim. . . . E quando eu começava a pensar o que seria fazer um filme, o que eu via no meu cotidiano e o que eu acessava no cinema eram coisas muito opostas e muito distantes. O que eu via era principalmente o cinema americano e algumas coisas que me chegavam de cinema brasileiro e pareciam muito distantes de mim. No final dos 90 e início dos 2000 o cinema brasileiro que eu via era bastante limitado de temáticas, de localizações. (Universe Produção, 2021)

Filmes de Plástico?

Na produtora que surge em 2009 os quatro parceiros se revezam nas diferentes funções de produção, filmagens, montagem, usando as próprias casas como locações, parentes, vizinhos e a namorada como atores. Suas histórias

são usadas como tema, como se vê nos filmes de Novais, temáticas que foram se alargando à medida que conseguiam mais recursos e que os filmes foram sendo bem recebidos no Brasil e no exterior, como aconteceu com *Marte Um*, o primeiro longa-metragem solo dirigido por Gabriel depois de *No Coração do Mundo* (2019) com Maurílio Martins.

A ideia do roteiro surgiu em 2014 com a euforia da Copa do Mundo, mas foi mudando à medida que o Brasil se modificava. O longa só foi realizado pois Gabriel foi aprovado num primeiro e único edital da Ancine em 2016 para filmes de baixo orçamento de ações afirmativas voltado a pessoas pretas, que como sempre acontece, demorou a ser implementado e só foi rodado em 2018, sob condições políticas muito diversas e que o filme espelha até mesmo na opção por um futuro vivido em Marte.

Os últimos anos foram muito difíceis para a produção de filmes, e para Gabriel, embora existam os streamings internacionais que têm empregado diretores e equipes locais para filmes sob a sua supervisão, é o dinheiro público que pode incluir mais, mesmo do ponto de vista econômico por dar trabalho a muita gente. “Quando faz um filme com dinheiro público, você consegue colocar a personalidade do seu coletivo de uma maneira muito mais direta, sem mediadores. O que é muito importante, até enquanto distribuição de renda no Brasil” (Anic, 2022).

Como se vê, Gabriel Martins não faz um filme de afirmação racial, ainda que ela exista justamente por trazer negros e populações de classe média baixa para a tela em situações que não se vê geralmente no mainstream.

Marte Um não é um filme que vai ficar te apertando o tempo todo para falar de raça, de política, de afirmação. Ele vai te pegar por um outro aspecto, ele vai te pegar através da emoção, para te fazer entender como ter empatia com a situação do outro. (Brito, 2022)

Para construir esse ambiente empático o filme usa um tom quase documental nas tomadas próximas aos personagens, na construção dos diálogos, na atuação do elenco e na iluminação, em geral cálida dos encontros familiares, entre um marrom alaranjado quente ou um azul suave, pois é em geral à noite quando voltam do trabalho que todos se reúnem, ou no quarto quando os irmãos conversam. Um trabalho de câmera próximo aos personagens, sem malabarismos desnecessários.

A formação e a imaginação desses cineastas e seus trabalhos, como se vê, dizem muito sobre a desigualdade brasileira e o abismo social que se consagra e reitera na cultura hegemônica e em produtos midiáticos onde essas populações como tal inexistem. Elas servem aos telejornais como problemas administrativos,

de segurança ou de piedade lacrimosa sem consequências, ou como caricaturas risíveis, em geral históricas ou perigosas em diferentes formatos ficcionais, como é possível ver em inúmeras produções do conglomerado Globo, ainda que ressalvadas as exceções. No plano acadêmico, continuar a serem definidas como periféricas, vistas como fora do centro, fora da cultura, ou aquém da cultura estabelecida, é ignorar que estão justamente fazendo do descentramento, a cultura inclusiva.

À GUISA DE CONCLUSÃO

Novos e vigorosos olhares se fazem presente no mainstream por meio de filmes brasileiros feitos por sujeitos vindos de outros espaços, classes sociais e representatividade. Como procurei mostrar, cada um dos dois filmes aqui analisados, com suas diferenças, oferece outras imagens possíveis das populações pretas, livres dos clichês sem complexidade e univocamente preconceituosos fabricados historicamente e reiterados. Trata-se da possibilidade de, por meio de novas fabulações de criações distintas, tornar pessoas pretas plenamente “visíveis num espaço comum, dotados de uma palavra comum”, conforme aponta Rancière (2009), a partir do cinema brasileiro. É um caminho ainda a ser percorrido, mas é preciso destacar que, no momento em que as bilheterias brasileiras chegaram ao seu menor patamar em 2022, com 1,6% de ocupação das salas, foram esses filmes e diretores a apontar outras imagens e possibilidades para o cinema feito no país.

Essa atividade continua e novos filmes vêm sendo feitos em realidades adversas e mostrando cenários cada vez mais adversos. Nesse sentido, a delicadeza e profundidade de *O dia que te conheci*, de André Novais, produzido em 2023, ecoa as possibilidades da vida comum e afetos na existência de *Marte Um*, que por sua vez ecoa na atitude combativa de *Mato Seco em Chamas* de Adirley Queiróz, de 2023. Ali, mulheres negras ou pardas presidiárias são protagonistas de suas vidas, afirmando a sua existência no afeto e na dureza da segregação, da injustiça e desigualdade. A sua insubmissão e a forma de encenação do filme figuram e reverterem em gesto libertador, apresentando novos arranjos dramáticos, de gênero e representação que nos chegam dos realizadores das franjas das metrópoles, cujo vigor do olhar e das críticas tem que ganhar o centro, como aconteceu com a significativa audiência de *Medida Provisória* e *Marte Um*. ■

REFERÊNCIAS

Academia Brasileira de Cinema. (2023, 12 de março). “*Marte Um*”, de Gabriel Matins, vai representar o Brasil na disputa por uma vaga no Oscar 2023. <https://academiabrasileiradecinema.com.br/oscar2023/filme-indicado.php>

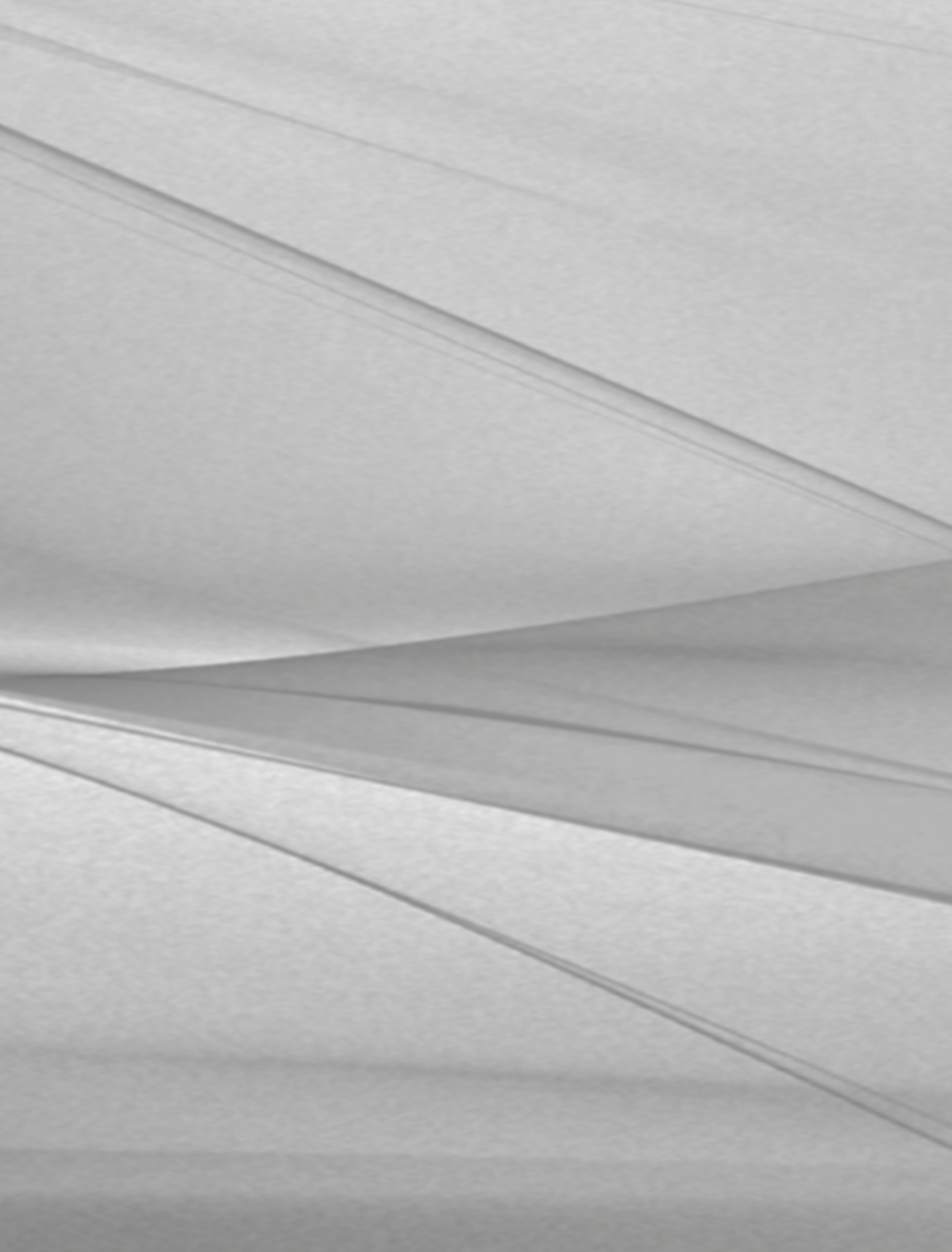
- Anic, L. (2022, 6 de novembro). 'Não tenho verba para um próximo longa-metragem', diz representante do Brasil no Oscar. Gama. <https://tinyurl.com/bdcpum77>
- Araujo, I. (2022a, 13 de abril). 'Medida Provisória' de Lázaro Ramos parece uma novela didática. *Folha de S.Paulo*. <https://tinyurl.com/4tenetxc>
- Araujo, I. (2022b, 24 de agosto). 'Marte Um' promete mais do que cumpre ao costurar Brasil conservador, feminismo e racismo. *Folha de S.Paulo*. <https://guia.folha.uol.com.br/cinema/2022/08/marte-um-promete-mais-do-que-cumpre-ao-costurar-brasil-conservador-feminismo-e-racismo.shtml>
- Bhabha, H. K. (1998). *O local da cultura*. Editora da UFMG.
- BlackStar. (2022). 2022 BlackStar Film Festival Program Guide. BlackStar Projects. https://issuu.com/blackstarfest/docs/bsff22_program_guide_digital_pgs
- Brito, L. (2022, 21 de agosto). Com quatro prêmios, "Marte Um" é destaque no 50º Festival de Cinema de Gramado. *CNN Brasil*. <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/grande-vencedor-do-festival-de-cinema-de-gramado-marte-um-nos-convida-a-sonhar/>
- Campanha "De Minas para o mundo" impulsiona "Marte Um" para o Oscar 2023. (2022, 19 de setembro). *Tela Viva*. <https://tinyurl.com/29xes65e>
- Carvalho, N. S. (2005). Esboço para uma história do negro no cinema brasileiro. In J. De (Org.), *Dogma feijoada: O cinema negro brasileiro* (pp. 17-101). Imprensa Oficial.
- Carvalho, N. S. (2022). *Cinema negro brasileiro*. Papirus.
- Cavalcante, A. (2017). Cineastas brasileiras (feministas) durante a ditadura civil-militar. In: K. Holanda, & M. T. Cavalcanti (Orgs.), *Feminino e plural: Mulheres no cinema brasileiro* (pp. 59-76). Papirus.
- Cruz, F. B. (2021, 6 de dezembro). Ancine não libera filme de Lázaro Ramos e trava estreia no país. *Veja*. <https://veja.abril.com.br/cultura/ancine-nao-libera-filme-de-lazaro-ramos-e-trava-estreia-no-pais/>
- Dados do IBGE mostram que 54% da população brasileira é negra*. (2020, 31 de julho). *Jornal USP*. <https://jornal.usp.br/radio-usp/dados-do-ibge-mostram-que-54-da-populacao-brasileira-e-negra/>
- Dias, T. (2022, 29 de agosto). 'Marte Um': Quem é o diretor do filme que vai representar o Brasil no Oscar. *TAB UOL*. <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2022/08/29/inspirado-em-sonho-de-crianca-marte-um-traz-de-volta-o-choro-no-cinema.htm>
- 'Ela Volta na Quinta': Retrato de una familia común de Belo Horizonte. (2016, 26 de fevereiro). Nodal Cultura. <https://goo.gl/7thNBh>
- Estamos vivendo a primavera negra, diz publicitário Paulo Rogério Nunes. (2020, 9 de junho). *CNN Brasil*. <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/estamos-vivendo-a-primavera-negra-diz-publicitario-paulo-rogerio-nunes/>

- Evaristo, Y. (2022, 12 de abril). *Medida Provisória: Por que filme de Lázaro Ramos irrita bolsonaristas?* Tangerina Uol. <https://tangerina.uol.com.br/filmes-series/critica-medida-provisoria/>
- Fanon, F. (2008). *Pele negra, máscaras brancas*. Edufba.
- Feher, M. (2009). Self-Appreciation; or, The Aspirations of Human Capital. *Public Culture*, 21(1), 21-41. <https://doi.org/10.1215/08992363-2008-019>
- Foucault, M. (2008). *O nascimento da biopolítica*. Martins Fontes.
- Gomes, P. E. (1980) *Cinema, uma trajetória no subdesenvolvimento*. Paz e Terra.
- Gonçalves, A. M. (2017). *Um defeito de cor*. Record.
- González, L & Hasenbalg, C. (1982). *Lugar de Negro*. Marco Zero.
- González, L. (1988). A categoria político cultural de amefricanidade. *Tempo Brasileiro*, (92/93), 69-82.
- González, L. (2018). *Primavera para as rosas negras*. União dos Coletivos Pan Afrikanos de São Paulo.
- Guimarães, V. (2021, 2 de abril). Estética do quintal remix: fragmentos ao redor da Filmes de Plástico. Cinética. <http://revistacinetica.com.br/nova/victor-estetica-do-quintal-remix-filmes-de-plastico-2021/>
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação* (D. Miranda & W. Oliveira Trans.). Editora Puc-Rio.
- Hogg, M., & Vaughan, G. (2018). *Social psychology*. Pearson Education.
- hooks, b. (2019). *Olhares negros: Raça e representação*. Elefante.
- Huberman, G. D. (2017). *Levantes*. Sesc.
- Keslassy, E. (2022, 2 de dezembro). Ava DuVernay's Array releasing buys 'Mars One', Brazil's Oscar entry. *Variety*. <https://variety.com/2022/film/global/ava-duvernay-array-releasing-brazil-oscar-1235447893/>
- Leroux, L. (2019). A Baixada tem, a Baixada Filma: a periferia, da representação à autoapresentação. In M. Salles, P. Cunha, & L. Leroux (Orgs.), *Cinemas Pós Coloniais e Periféricos* (pp. 24-41). LCV.
- Lincoln Péricles LK. (n. d.). *Home* [Página do YouTube]. YouTube. Recuperado em 25 jul. 2024, de <https://www.youtube.com/c/lincolnpericles>
- Martel, F. (2012). *Mainstream: A guerra global das mídias e das culturas*. (C. Marques Trad). Civilização Brasileira. (Trabalho original publicado em 2010)
- Pretos, LGBTQIAP+, mulheres e corpos: Onde está a diversidade na publicidade*. (2023, 20 de junho). Propmark.
- Ramos, L. (2022). *Medida Provisória: Diário do diretor*. Cobogó.
- Rancière, J. (2009). *A partilha do sensível: estética e política* (M. Costa Neto, Trad.; 2a ed.). Editora 34.
- Roda Viva. (2022, 11 de abril). *Roda Viva | Lázaro Ramos | 11/04/2022* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=oCa5C6bwXOY>

- Rodrigues, J. C. (2011). *O negro brasileiro e o cinema*. Pallas.
- Rosza Filmes. (n.d.). *Home* [Página do YouTube]. YouTube. Recuperado em 25 jul. 2024, de <https://www.youtube.com/channel/UCcbsaYbMpcg9-mAeD8dUVpQ>
- Santos, A. P., & Santos, S. A. (2022). Uma leitura crítica dos estudos de caso da pesquisa Avaliação das Políticas de Ação Afirmativa no Ensino Superior no Brasil. In R. Heringer & D. Carreira (Orgs.), *10 anos da Lei de Cotas: conquistas e perspectivas* (pp. 448-479). UFRJ, Ação Educativa. Silvino, A. J. O. (2021, 25 de agosto). *O cine-sample de Lincoln Péricles*. Cinética. <http://revistacinetica.com.br/nova/lincoln-pericles-anajuliasilvino-2021/>
- Slam Resistência. (2017, 26 de julho). AkinsKintê na humildade e sem maldade mandando a letra de “Meu caro amigo” [Vídeo]. Facebook. <https://www.facebook.com/slamresistencia/videos/1429648970451151/>
- Sodré, M. (2019). Do lugar de fala ao corpo como lugar de diálogo: raça e etnicidades numa perspectiva comunicacional. *Reciis*, 13(4), 877-886. <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1944/2314>.
- Spivak, G. (2010). *Pode o subalterno falar?* (S. Almeida & M. Feitosa, Trans.). Editora UFMG. (Trabalho original publicado em 1985)
- Universo Produção. (2021, 26 de janeiro). O que é uma personagem? | 24ª. Mostra de Cinema de Tiradentes [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=buFUHow5D_0&list=PLJXNiEFr2795neBy_1d2dQ9xWrODaxs74&index=17
- Weber, M. H. (2011). Do acontecimento público ao acontecimento midiático. *Caleidoscópio*, (10), 189-203. <http://hdl.handle.net/10437/6068>
- Xavier, I. (1993). *Alegorias do subdesenvolvimento*. Brasiliense.

Artigo recebido em 13 de julho de 2023 e aprovado em 13 de junho de 2024.

ENTREVISTA



Navegar, mas também mergulhar: o som em profundidade por José Luis Fernández

*Sailing but also diving: in-depth sound by
José Luis Fernández*

Entrevista com

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ^a

Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina

por

CLOTILDE PEREZ^b

Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil

MAURÍCIO GOMES DE FARIA^c

Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil

^aDoutor em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires. Professor consultor de pós-graduação em diversas universidades da Argentina e do exterior. Alcançou a categoria 1 no sistema de pesquisa universitária e foi presidente da Associação Argentina de Semiótica. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4196-6528>. E-mail: unjlfnas@gmail.com

^bProfessora titular de Semiótica e Publicidade da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Doutora em Comunicação e Semiótica. Líder do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo, da USP/CNPq. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da ECA-USP. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3062-4087>. E-mail: clopez@terra.com.br

^cDoutorando em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Membro do Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESC3). Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-6232-7564>. E-mail: mauricio.gfaria@usp.br

A ENTREVISTA CONCEDIDA PELO professor José Luis Fernández aponta para um momento importante de sua pesquisa a partir da obra *Las Cuatro Revoluciones Invisibles* (2024), e traz reflexões profundas sobre a indústria sonora em intersecção com uma audiência interativa e desafiadora. Suas contribuições atuais sobre a midiaticização do som/áudio recaem sobre o fenômeno dos podcasts, questionando o caráter revolucionário do próprio produto e retornando para características presentes desde os primeiros passos da indústria radiofônica. José Luis Fernández é doutor em Ciências Sociais pela Universidade de Buenos Aires – onde atua como professor consultor – e foi presidente da Associação Argentina de Semiótica.

Sua obra é um navegar pelas ondas, mas também um convite a mergulhar e investigar um oceano obscuro para a própria academia, o mercado e a audiência. Para o autor, entender a profundidade dos impactos da indústria sonora na sociedade é de fundamental importância para a compreensão da cultura e da política atuais, e os produtos que derivam dessa indústria são ferramentas relevantes na construção identitária dos indivíduos.

MATRIZes: Qual foi a sua principal motivação – ou curiosidade – para começar a estudar as revoluções sonoras e seus respectivos públicos?

José Luis Fernández: Sou da última geração que, quando criança, brincava em casa com o rádio como som de fundo manejado pelos pais. Aí está a minha primeira lembrança, não melancólica, da interação entre a ação social e uma recepção que, embora sempre distraída, deixou em mim lembranças vivas. Daí surgem as primeiras intuições sobre uma posição de recepção diferente daquela que mais tarde seria imposta com a televisão: sem uma atenção supostamente focada, também se gera sentido.

Já instalada no estudo dos meios de comunicação de massa, parecia-me que a discursividade radiofônica era pouco atendida e mais reivindicada de forma melancólica do que investigada do ponto de vista semiótico. No meu primeiro livro já havia um capítulo intitulado “Telefone, fonógrafo, rádio: o rádio em seus sistemas”. A mídia sonora era um sistema inadvertido e a audição era um modo mitologizado de recepção. Daí surge a ideia do revolucionário no sociocultural nas mediações do som/áudio e durante mais de 30 anos estive a estudar e a publicar sobre vários fenômenos relacionados, desde suas relações com o espaço urbano até seu impacto na expansão das diversas vidas da música.

MATRIZes: Entre as revoluções de massa populares e as revoluções provocadas pelos chamados audionautas, vemos um movimento evidente entre a distribuição coletiva de produtos da indústria sonora/fonográfica em direção ao consumo individualizado. Com base nas suas observações, qual o maior desafio que esse consumidor representa para a indústria?

JLF: Penso que há aí um aspecto fundamental, que vem pelo menos desde a década de 1930, notado recentemente com a expansão do digital e das suas plataformas e vidas em rede: o ouvinte em movimento está numa intersecção inevitável entre a produção social mediada do significado e a singularidade de sua posição de recepção. As indústrias culturais geraram dois tipos de produtos para seus destinatários: discursividade narrativa e argumentativa, que exige atenção e continuidade, como a dos grandes livros narrativos e ensaísticos, da cinematografia narrativa e suas derivações na radiodrama e das telenovelas, e da informação organizada, mais mítica do que profunda; e a discursividade em mosaico, resgatada por Abraham Moles, construída através da articulação de cápsulas discursivas que não propõe um sentido geral de cada texto, mas, no máximo, uma certa tendência geral do sociocultural.

Existem diferentes tipos de cápsulas: flashes informativos, músicas, boletins meteorológicos, resultados esportivos, horóscopos, receitas culinárias e muito mais. Mediações centrais baseadas em mosaicos: jornais

e revistas, quase todas rádios, e vias públicas, um sistema de midiatizações também esquecido.

As midiatizações sonoras/áudio são baseadas em mosaicos e sua recepção é adequada para diversas situações de mobilidade: o ecossistema sonoro de áudio relaciona cápsulas de formato estável, como notícias e músicas populares, entre outras, e as nuances das conversas ou das trocas de mensagens de áudio, de natureza emocional ou profissional. Essa travessia é revolucionária e continua a ser ainda mais, enquanto não é percebida pelo sistema acadêmico.

MATRIZES: Quanto ao uso do termo “audionauta”, num primeiro momento ele leva o leitor a fazer um cruzamento direto com o termo internauta, entregando o sentido de um sujeito mediado tecnologicamente, que navega nas ondas, mas também interage dentro delas. Qual a característica mais marcante de ser audionauta e como diferenciá-lo do “ouvinte” que as gravadoras e plataformas de streaming ainda utilizam para se referir ao público?

JLF: As duas grandes revoluções tecnológicas com consequências disruptivas transversais no discursivo são, do meu ponto de vista, as das mediatizações do som/áudio e as do digital. Ambos atravessam toda a vida sociocultural e econômica: do espacial ao temporal, das transações comerciais às trocas de informação, do musical ao ficcional, do entretenimento à vida acadêmica, do macro social ao mais micro. As de som/áudio são anteriores e relacionadas com mobilidades desde muito cedo, na década de 1930 do século XX e com grande expansão a partir da década de 1960 e miniaturização. Portanto, o audionauta é anterior ao internauta, embora desta última posição o primeiro também se expanda. O ouvinte é uma criação funcionalista da figura do receptor, partindo da ideia de uma recepção em grupo diante do receptor de áudio, excluindo o musical e o telefônico. Isso é atestado pelas primeiras propagandas de aparelhos de rádio e fonógrafos, com grupos ouvindo em frente aos alto-falantes, após um primeiro momento baseados em fones de ouvido, diante de tubos de amplificação. O ouvinte ouviria com serenidade, o audionauta está em movimento, com momentos de distração e atenção, e construindo sínteses de significados próprios, articuláveis com a sua comunidade. Esse receptor com múltiplas habilidades é semelhante ao leitor de jornal no transporte público ou ao passageiro em frente à comunicação rodoviária. Essas habilidades são fundamentais para navegar na Internet e em suas diversas plataformas emaranhadas. Desse ponto de vista, a cinematografia é um sistema ligado ao artístico, e a televisão é um parêntese audiovisual que fascinou a academia e a política, mas que escondeu outros processos de recepção, que só agora chamam a atenção.

MATRIZES: Hoje vemos um estímulo à midiatização de conteúdos sonoros pelas próprias distribuidoras. Playlists, álbuns e podcasts oferecem conteúdo visual com a mesma intensidade do conteúdo de áudio. Você acha que o processo de midiatização entre “ouvir e compartilhar” é o principal mecanismo de interferência do consumidor na indústria? É a midiatização do som que define o sucesso de um conteúdo/canal/artista?

JLF: Em primeiro lugar, o sistema sociocultural e econômico sempre tentou intervir no puro som/áudio discursivo desde o primeiro momento. Mas ele nunca conseguiu fazê-lo desaparecer e apenas fez com que sua importância passasse cada vez mais despercebida.

O ecossistema de telefone, fonógrafo e rádio é o núcleo da indústria musical. Desde a década de 1930 há registros de pedidos telefônicos a emissoras de rádio para que músicos comparecessem ou transmitissem gravações. O ecossistema digital questiona o sistema industrial da música, baseado na produção musical centralizada em temas de aproximadamente 3 a 4 minutos de duração, de gêneros e regiões muito diversos e com suporte publicitário nos meios de comunicação. Desde a década de 1960, ouvir música tem sido uma atividade em movimento.

Não há sucesso musical fora da midiatização de seus textos. A novidade do digital é a intervenção dos chamados usuários, para mim audionautas, que podem produzir, remixar, intervir e distribuir produtos musicais, sem alterar o formato da música. Por enquanto, esse crescimento foi independente em boa parte das indústrias, que estão recuperando terreno, mas agora elas devem comprar produtos já acabados e de muito sucesso, o que é mais trabalhoso para elas e tira a rentabilidade no caminho do intérprete até conquistar a massa.

Essa parte do processo revolucionário ainda está em andamento.

MATRIZES: O formato de podcast é um objeto importante de seus estudos no último livro e, embora tenha rompido com alguns padrões de produção e consumo, ainda é difícil entender o quão revolucionário ele é. Você poderia nos dar alguns exemplos de inovações trazidas pelos podcasts e qual o impacto que isso teve na indústria sonora?

JLF: *Podcasting* é uma nova midiatização que tenta aproveitar o evidente crescimento das plataformas de streaming dedicadas ao som musical. É um processo que está em andamento e veremos seu alcance. Por enquanto, é evidente um enriquecimento progressivo das suas ofertas discursivas multigênero. No livro esclareço duas confusões: por um lado, tenta-se ligá-lo à rádio e me parece que o fato de ser gravado é fundamental para a diferenciação. Por outro lado, o ecossistema de *podcasting* que se constrói não se dirige a outros meios sonoros, mas está relacionado com plataformas e influenciadores. Por isso, parece-me

que não está no ecossistema som/áudio, mas que é mais um produto dentro da plataforma e, nesse sentido, apenas compete para conquistar receptores no ecossistema som/áudio já instalado. Claro que a conquista de públicos será o que definirá a sua importância e não o entusiasmo dos produtores e dos acadêmicos que o estudam. Como comparar podcast com rádio? Estudar as semelhanças e diferenças das suas trocas discursivas, tanto a nível tecnológico como genérico-estilístico e as propostas de escuta e usos, bem-sucedidos ou não.

MATRIZES: O TikTok também tem sido um importante “mediador de sucesso” de músicas e artistas, criando junto aos consumidores tendências relacionadas à dança, principalmente. Além disso, a rede possui uma série de ferramentas de edição que interferem no conteúdo sonoro original antes de distribuí-lo, mixá-lo e criar novas músicas/sons. Você acha que a capacidade produtiva dos consumidores – e usuários de áudio – nas redes sociais os torna concorrentes de gravadoras/produções? Dado que o conteúdo criado por eles pode viralizar mais do que uma música feita por uma gravadora, por exemplo, o audionauta se torna parte fundamental da indústria sonora criativa?

JLF: Acredito que isso excede as contribuições que podem ser feitas à música a partir de uma plataforma como o TikTok. Do meu ponto de vista, essa plataforma vai competir com o YouTube, que ainda é a maior plataforma de distribuição de música, além de todas as outras propostas. O que é preciso levar em conta é que boa parte da distribuição musical no YouTube é pouco audiovisual, com algumas fotografias ou imagens da capa do álbum ou dos intérpretes. Não está claro, pelo menos por enquanto, que o importante na relação música/YouTube seja o aspecto audiovisual. Em qualquer caso, mais uma vez, serão os produtores de conteúdos e seus diversos públicos que definirão a estabilização da música no TikTok.

MATRIZES: A lógica algorítmica tem total interferência na experiência individualizada do público, mas você acha que o sujeito audionauta é capaz de hackear essa imposição algorítmica ou todo consumo e a interação já estão previstos pela rede?

JLF: É uma questão fundamental, tanto pelo crescimento dos algoritmos como pela resistência à sua hegemonia. Por enquanto, pelo menos na música e no rádio, a situação é de aparente empate: há tantas playlists das plataformas quanto as que são organizadas pelos usuários, e ambas coexistem num indivíduo. Pode ser um exemplo importante dessas novas relações entre os indivíduos e o sociocultural, sem que nenhuma das duas áreas seja imposta. Mas devemos sempre lembrar que as ciências sociais estudam o sociocultural e que o indivíduo é um limite. Sei que as ciências sociais são fascinadas pelo indivíduo,

mas acredito que aí está uma das fontes da nossa atual fraqueza em compreender as autênticas transformações que estão a ocorrer.

MATRIZES: Falamos muito em novos formatos, mas voltemos ao rádio, que ainda ocupa um lugar importante no ecossistema midiático. Que motivos você atribui a essa resistência/consistência do rádio mesmo depois de tantas transformações na produção, recepção e interação com os conteúdos sonoros?

JLF: Acredito que o rádio está destinado a permanecer enquanto existirem grandes segmentos da população que estejam interessados em manter contato com a sua vida sociocultural enquanto se movimentam: conduzir automóveis, andar de bicicleta, moto ou skate, ou simplesmente andando. Essa atenção flutuante permitida pelos formatos em cápsulas sonoras que não necessitam de visão é uma condição fundamental para a resistência do rádio e de seus produtos derivantes.

MATRIZES: Você acha possível eleger uma revolução mais importante na história da indústria sonora? Como a revolução que trouxe mais impactos e transformações aos modelos existentes, por exemplo. Ou será que as revoluções se combinaram em uma “grande revolução permanente” e as divisões serviram apenas para organizar o pensamento?

JLF: Simplificando, mas estabelecendo uma síntese de todo o processo: a captação do som e sua manipulação para construir diferentes posições de áudio é uma revolução total e transversal, apenas equivalente à digital que se baseia nas suas conquistas e acrescenta algumas novas. Essa revolução sonora constrói discursivamente a revolução permanente dos seus públicos, cuja figura é o audionauta, que é permanente porque está em curso e os seus limites não podem ser vistos. As duas grandes revoluções necessárias como suporte discursivo dessas revoluções transversais são a do discurso radiofônico, como primeiro discurso de massa ao vivo, e a revolução popular de expansão e defesa do formato da música como núcleo da grande indústria de entretenimento da época. Acredito que essas revoluções constituem um ecossistema sociocultural transformador, e que o sistema acadêmico não tem conseguido captar, assim como os grandes conglomerados industriais do som e do áudio são forçados a uma transformação que não suportam, ou que suportam parcialmente.

MATRIZES: Para além dos podcasts e seus desdobramentos, o que você observa de mais inovador em produtos sonoros e ainda quer investigar?

JLF: Há um fenômeno geral que intervém em quase tudo mencionado acima, que é o da plataformização do som/áudio. Vimos algumas das suas consequências e devemos esperar outras, mas nem toda novidade será

revolucionária. Como disse antes, por enquanto não vejo o podcast relacionado com todo o ecossistema de som/áudio, mas sim com a plataforma em geral.

Dentro das mediações do som, duas muito diferentes me chamam a atenção e tentarei investigá-las. Por um lado, o dos comandos de voz que parecem expandir-se, apesar de se oporem a qualquer circunstância geral da vida social. Parece-me delirante que todos passemos a vida a dar ordens a máquinas, como se a figura do assistente/secretário fosse acessível a qualquer pessoa. A ideia desse murmúrio infinito me parece distópica. No entanto, acredito que em diversas situações de solidão ou, mais ainda, de mobilidade ativa e autogerida, podem ocupar um lugar importante em tudo o que se relaciona com a Internet das Coisas. Por outro lado, na ponta das trocas discursivas do som/áudio, parece-me que o que há de mais inovador no rádio é a presença de fragmentos gravados que interagem com quem transmite ao vivo. Graças aos softwares e aplicativos de manipulação do som gravado, até os motoristas são obrigados a responder às intervenções propostas pelo operador, muitas vezes fora do roteiro. Acredito que há a possibilidade de novos jogos espaço-temporais no discursivo que geram um efeito de transformação do rádio e faz surgir a nova presença discursiva do operador, até agora um simples suporte técnico. As revoluções geram novas posições nos ecossistemas por onde passam.

MATRIZES: E, por fim, como vão os projetos e as publicações em português?

JLF: Tenho estado em contato com colegas do Brasil e também de Portugal há muitos anos. Já apresentei alguns deles em conferências na Argentina e no Brasil. Além disso, tenho publicado em revistas brasileiras, mas sempre em espanhol. Porém, só agora surge a possibilidade de ser traduzido para o português. Para mim, esta é uma grande oportunidade de aumentar a interação com as equipes que atuam nos nossos dois países. ■

REFERÊNCIAS

Fernández, J. L. (2024). *Las cuatro revoluciones invisibles: audiencias, de antes de la radio hasta después del podcast*. SB Editorial.

Artigo recebido em 05 de agosto de 2024 e aprovado em 14 de agosto de 2024.

EM PAUTA

NAS PESQUISAS DE COMUNICAÇÃO





Práticas políticas juvenis: Fundamentos e preceitos

Youth political practices: Principals and precepts

SILVIA H. S. BORELLI^a

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. São Paulo – SP, Brasil.

ROSE DE MELO ROCHA^b

Escola Superior de Propaganda e Marketing. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo. São Paulo – SP, Brasil.

SIMONE LUCI PEREIRA^c

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

RESUMO

Este artigo apresenta uma revisão crítica de trajetórias de pesquisa sobre práticas políticas de juventudes brasileiras desde os anos 2000. Com uma ênfase cultural e comunicacional, aborda-se como os campos da estética e da política se entrelaçam nesses processos, destacando os principais interlocutores e operadores teóricos e epistêmicos deles emergentes. Conclui-se que as resistências juvenis vêm dilatando e rasurando os conceitos clássicos de política por meio de novos usos da cultura, das tecnologias, da comunicação e das experiências estéticas. Ao mesmo tempo em que denunciam as desigualdades e a necropolítica, negociam com algumas institucionalidades e se constituem como sujeitos/as, ocupando as cidades e as redes com seus corpos políticos.

Palavras-chave: Juventudes, práticas estético-políticas, politicidades, tecnicidades, culturas urbanas

ABSTRACT

We critically review research trajectories on the political practices of Brazilian youth since the 2000s. Stressing a cultural/communicational approach, we address how aesthetics and politics intertwine in these processes, highlighting the main emerging epistemic and theoretical interlocutors and operators. We conclude that youth resistance

^a Professora Doutora e Livre Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Coordenadora do GP CNPq “Imagens, metrópoles e culturas juvenis (Jovens Urbanos)”. Integrante da coordenação ampliada do GT “Juventudes y Infancias do Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales” do Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais (CLACSO). Integrante da coordenação do Programa Postdoctoral de Investigación en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud (CLACSO). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3510-6625>. E-mail: siborelli@gmail.com

^b Pesquisadora do CNPq, Bolsista de Produtividade em Pesquisa. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Consumo da Escola Superior de Comunicação e Marketing de São Paulo (ESPM-SP). Pesquisadora do GT “Juventudes y Infancias” do Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais (CLACSO). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Pós-Doutorado em Ciências Sociais/ Antropologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), em Culturas, Gêneros e Sexualidades pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e em Ciências Sociais, Niñez y Juventud (CLACSO). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7681-5500>. Email: rlmrocha@uol.com.br

^c Pesquisadora do CNPq, Bolsista de Produtividade em Pesquisa. Professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação: da Universidade Paulista e da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Pós-Doutorado em Comunicação

pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Pós-Doutorado em Ciencias Sociales, Niñez y Juventud pelo Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais (CLACSO). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7412-2129>. Email: simonelp@uol.com.br

has been expanding and erasing classical concepts of politics by new uses of culture, technologies, communication, and aesthetic experiences. As they denounce inequalities and necropolitics, they negotiate with some institutionalities and constitute themselves as subjects, occupying municipalities and networks with their political bodies.

Keywords: Youth, aesthetic-political practices, politicities, technicalities, urban cultures

ESTE ARTIGO BUSCA produzir uma revisão crítica de trajetórias de pesquisa no âmbito das culturas juvenis e urbanas desenvolvidas desde meados dos anos 2000, tendo como ênfase o acompanhamento e análise de práticas políticas de juventudes brasileiras, com foco na cidade de São Paulo. A particularidade desses estudos está centrada no recorte estético e cultural como norteador analítico das investigações realizadas. Desse marcador epistemológico, emergem tanto a seleção de ações protagonizadas por coletivos e por jovens militantes, ativistas e *artivistas*, quanto perspectivas teórico-metodológicas singulares, que, como preconizou Martín-Barbero (2000), em 1987, buscam localizar e dialogar com as práticas e sentidos dos denominados “novos movimentos políticos, novos sujeitos-atores sociais, novos espaços” (p. 76) emergentes. Nesse sentido, nos interessa detalhar alguns dos operadores conceituais com os quais trabalhamos, bem como indicar as perspectivas de leitura advindas de nossas diferentes experiências de campo.

Cabe ressaltar que a revisão crítica aqui proposta privilegia o balanço teórico-conceitual que fundamenta e resulta do diálogo com os resultados empíricos das pesquisas que realizamos. Prioriza-se a transversalidade entre as abordagens assumidas por cada uma de nós nessa trajetória – como pesquisadoras das juventudes, desde meados dos anos 2000¹ –, em detrimento de possíveis particularidades das escolhas adotadas. Finalmente, elegemos alguns autores que foram selecionados como nossos precursores, e com elas e eles costuramos, na diagonal, a reflexão proposta para este artigo.

As dimensões comunicacional e estético-cultural da política e a nuclearidade das narrativas de si, expressas pelas juventudes em suas práticas, comportamentos e valores, nos oferecem o que Martín-Barbero (2022) nomeia como “observatórios do social”. Além disso, entendemos que alguns deslocamentos importantes foram feitos em relação a outros trabalhos de *juvenólogos* e *juvenólogas* contemporâneos. Em primeiro lugar, assumimos uma abordagem das juventudes no plural, de modo a dar conta de particularidades e cruzamentos entre as diversidades observadas. Compreendemos, ainda, a presença de marcadores identitários na configuração e desdobramento de tais ações, mas atentando para indicadores que localizam e interseccionalizam essas e

¹ As referidas trajetórias podem ser identificadas por meio dos seguintes Grupos de Pesquisa do Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (DGP/CNPq): Imagens, metrópoles e culturas juvenis (Jovens Urbanos. 2006); Juvenália: questões estéticas, geracionais, raciais e de gênero na comunicação e no consumo (2015); e URBESOM – Culturas urbanas, Música e Comunicação (2019). Ressalta-se que ambos estão vinculados ao Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), por meio do Grupo de Trabalho Juventudes e Infancias.

esses jovens em seus processos de subjetivação e de enfrentamento ativo dos assujeitamentos e vulnerabilização vividos.

Do mesmo modo, nos pareceu fundamental dirigir nossa escuta aos protagonismos juvenis, inclusive na produção de suas próprias representações. Estamos situadas, portanto, em um lugar reflexivo que opera *com* as juventudes, e não *sobre* ou *para* elas. A proposta da metodologia da problematização recursiva (Fernández, 2013) corrobora esse pilar investigativo, ao priorizar a enunciação de campos analíticos abertos e processuais em vez da aplicação de marcos conceituais prévios. Bebendo de fontes deleuzianas que trazem as multiplicidades *rizomáticas* como guia de conduta, e contemplando a recursividade foucaultiana, considera-se que o instrumental – as ferramentas – é construído ao longo do percurso de pesquisa.

Trata-se, pois, de um olhar para práticas encarnadas, das quais as corporalidades e as subjetividades têm sido elementos-chave, em que as juventudes ocupam os espaços das ruas e das redes, constituindo igualmente um campo de disputas por significação, expressão de si e autoria política. Chama atenção o fato de esses atores e atrizes políticos defenderem processos de gestão coletivos e horizontalizados de suas organizações e experiências. Em alguns momentos, a expressão pessoal parece dar lugar a expressividades que só fazem sentido quando partilhadas, deslocando o conceito de lideranças individuais. Há um *nós* sempre presente ali, configurando liames entre movimentos e ativismos transnacionais e resistências *bioculturais* locais (Valenzuela, 2022).

Como observa Garcia Canclini (2022), ao se referir às inversões fundamentais operadas por Martín-Barbero ao analisar as juventudes a partir do final dos anos 1990, os “novos usos das tecnologias digitais”, a “desestruturação do urbano” e a “desorientação das escolas diante dessas mutações” sinalizam uma mutação e um questionamento mais amplo do “que ainda chamamos de democracia”, assim como demandam “reincorporar ao saber o valor informativo do sensível e do visível” (Garcia Canclini, 2022, pp. 12-13).

Com base nesses pressupostos, considera-se que as ações culturais juvenis se manifestam como espaço privilegiado de ações políticas, e que as dimensões estético-culturais tornam-se um indicador fundamental na compreensão de práticas políticas juvenis na contemporaneidade. Em outras palavras, busca-se a compreensão das dimensões políticas incrustadas em processos estético-culturais protagonizados, interpretados e experienciados por coletivos, ativistas e artivistas juvenis em grandes centros urbanos. Toma-se por base a hipótese de que tais práticas articulam-se tanto aos campos mais institucionalizados – políticas públicas, terceiro setor, iniciativa privada, organismos regionais e internacionais, movimentos sociais –, quanto se deslocaram historicamente para

a vida cotidiana, por meio de intervenções com certo grau de independência e autonomia (Borelli & Aboboreira, 2011; Borelli, Rocha, & Oliveira, 2009). Trata-se de uma abordagem que prioriza as práticas juvenis de resistência e existência, caracterizando-as como um campo de atuação contra-hegemônico, antissistêmico, crítico e *protagônico* que produz sentido e agencia novas ordens do sensível.

Esse balanço teórico-conceitual, aprimorado no decorrer das últimas décadas e resultante de experiências investigativas até então desenvolvidas, nos permite destacar três eixos analíticos. O primeiro, centrado nas concepções de jovens/ juventudes em contextos latino-americanos, enfatiza as articulações entre cultura e política, políticas públicas e formas de resistência/ações contra-hegemônicas que caminham a contrapelo dos avanços das necropolíticas e das demais políticas que ampliam a desigualdade e a exclusão. O segundo eixo analítico é centrado nas culturas urbanas, urbanidades e tecnicidades, compreendendo a cidade como arena de elaboração e articulação de fluxos e redes de cidadanias e sensibilidades. Finalmente, o terceiro eixo trata das ações comunicacionais (estético-políticas) de fronteira, articuladas a políticas de audiovisibilidade e a processos de subjetivação juvenil, contemplando as corporalidades, subjetividades políticas, os corpos políticos, bem como as politicidades, *ativismos* e novas formas de ação política em rede.

JOVENS/JUVENTUDES, CULTURA-POLÍTICA

Duas clássicas referências – “juventude é só uma palavra” (Bourdieu, 1983, p. 151) e “juvenilidade/juvenilização” (Morin, 1984, p. 149) – ancoraram originalmente nossa reflexão e continuaram presentes mesmo com a ampliação do diálogo, em particular em relação às abordagens dos estudos culturais britânicos e suas ressonâncias latino-americanas: juventudes sempre no plural e jovens historicamente situados, porém articulados a contextos locais, nacionais e globais. Jovens que propõem alternativas diversificadas de *estar juntos* e atuar de forma coletiva e colaborativa, nas ruas e nas redes; que afirmam a necessidade de independência e autonomia, mas estabelecem relações com diferentes institucionalidades, por meio do acesso às políticas sociais, públicas ou privadas, governamentais ou não governamentais; que apontam para a possibilidade do exercício de novas práticas políticas contra-hegemônicas de resistência, nas quais a cultura e a estética se constituem como mediadoras fundamentais das ações e estratégias adotadas.

Trata-se de uma concepção múltipla de juventudes, construída dinamicamente numa perspectiva relacional, atravessada por condições históricas

de classe, étnico-raciais, de gênero e sexualidade, ser migrante ou refugiado, viver esse ou aquele espaço da cidade, ocupar lugares e tornar-se/consolidar-se como jovens, em processo, diante de acontecimentos aos quais são submetidos e de ações próprias, por meio das quais dão conta dos enfrentamentos em suas vidas cotidianas.

Diante dessa perspectiva relacional para conceber juventudes – e tornar-se jovem em processo –, caminhamos em busca das articulações entre juventudes, estética, cultura, política e novas formas de resistência/ações contra-hegemônicas. Com esse propósito, assumimos o desafio de contribuir com algumas respostas a uma fundamental indagação posta por Martín-Barbero (2022, p. 33): “Existe algo de realmente novo na juventude atual?”. Para tanto, consideramos importante a explicitação, nesse momento, de quais são as concepções de cultura selecionadas, capazes de responder, ainda, ao desafio teórico-metodológico relacionado ao que há *de novo*, em consonância com mais uma indicação de Martín-Barbero (2000), a categoria de “mapa noturno”.

Nesse sentido, julgamos fundamental, para a ancoragem das narrativas juvenis – aqui configuradas como lócus metodológico privilegiado para os trabalhos de campo realizados –, conceber a cultura como leitura, escrita e texto (Bakhtin, 1993) compreendidos como formas e conteúdos, dialogicamente inseparáveis e historicamente contextualizados. Bem como, entende-se cultura como tecido discursivo múltiplo e polifônico (Bakhtin, 2008), que responde pelo princípio de *ouvir-se mutuamente*, chave significativa tanto para a compreensão das relações que os jovens estabelecem entre si, com os outros e com o ambiente ao redor, quanto para a conexão entre sujeitas e sujeitos investigadores e jovens protagonistas.

A cultura também é concebida como espaço de interseção não excludente entre escrita/imagens/oralidades e formas culturais ilustradas/oficiais, populares (Bakhtin, 1987) e midiáticas, além de princípio para a observação e a análise das diferentes produções, usos e apropriações de jovens/juventudes na cidade de São Paulo. Discurso, linguagem e narrativa são instrumentos de poder, mas também pontos de resistência, burla e transgressão; caracterizam-se como um “campo de força, no qual diferentes ideologias, estilos e concepções se enfrentam”² (Brandist, 1995, p. 2). Pelo dialógico, percebe-se a possibilidade de ruptura da unidimensionalidade (Bakhtin, 1999) e de busca pelas brechas, pelas discontinuidades, pelo não dito e pelos rastros reprimidos e enterrados (Zavala, 1996): pressupostos fundamentais para a explicitação das mediações possíveis entre cultura e práticas políticas, produção e usos culturais juvenis.

Da concepção de cultura como tecido discursivo, múltiplo e polifônico (Bakhtin, 1987), evidenciamos a cultura como forma particular de vida e conflito,

²No original: “a field of force within which different ideologies, styles and ideologies contend”.

como práticas simbólicas de resistência e contestação, mas também de consentimento e negociação, presentes em todos os aspectos da vida cotidiana (Gramsci, 2000, 2002; Williams, 1992, 1997). Nesse âmbito, se incluem atividades artísticas e intelectuais, produtos/produção culturais e suas formas e processos de produção e apropriação, de negociação e de luta pela constituição das hegemonias. Cultura não como sinônimo de erudição, nem como campo cindido entre dimensões populares, massivas, cultas e ilustradas, mas como lugar de mesclas conflituosas, que resultam de complexos processos de negociação – materiais e simbólicos – e de interesses diversificados – individuais e coletivos – entre classes sociais, fragmentos de classes, segmentos populacionais e estilos de vida.

Destaca-se, nessa reflexão sobre o lugar privilegiado da cultura nas ações coletivas juvenis, a centralidade da reflexão sobre cultura popular: o popular constituído pelo diálogo crítico com vertentes históricas, que ora o relegam à condição de folclore, ora o elegem como base de resistência política dos subalternizados, em oposição ao dominante. A cultura popular emerge como espaço singular de reflexão sobre as articulações entre cultura e política, entre o simbólico e o poder – cultura popular não como expressão *em bloco* de uma classe homogeneamente constituída em relação a outra, mas o popular enredado numa teia de conflitos, interesses e negociações, no foco do debate. Essa é a concepção de hegemonia em Gramsci (2000, 2002) e a forma por meio da qual Williams (1997) o elege como um de seus precursores, ao transformar *hegemonia* em uma categoria que pode conter uma “semente de vida” a ser “recebida” e “recriada” (Williams, 1969, p. 346).

Com base, portanto, na explicitação desses referenciais, foi possível decidir os trajetos de buscas e escolhas para o desenho dos protocolos metodológicos adotados, assim como para as justificativas de utilização dos instrumentos de pesquisa de campo, como a seleção de técnicas qualitativas relacionadas à observação etnográfica, às entrevistas em profundidade, à construção de um acervo imagético/audiovisual, entre outras. Destaca-se o princípio de que uma proposta metodológica não deve ser delimitada *a priori*, mas construída com o processo de definição dos pressupostos epistemológicos, teóricos e conceituais. Disso resulta, um exercício de *reflexividade* sobre como e quais foram os percursos de descoberta (Lopes et al., 2002, 2006), que pressupõe uma tomada de posição em relação ao fazer científico e às relações epistêmicas que se estabelecem entre sujeito e objeto.

Nesse sentido, retoma-se como princípio de ordem epistemológica o diálogo com Williams (1969), que indica, reiteradamente, a necessidade de uma atualização de concepções tradicionais – articulação entre traços residuais e emergentes –, de modo que se possa atribuir a elas sua particularidade de forma histórica

(Williams, 1997). Essa premissa é reiterada décadas depois por Martín-Barbero (2000), que propõe a retomada desse pressuposto de Williams – redesenho de um mapa de “conceitos básicos” – via construção de um “mapa noturno”:

Perdidas as garantias buscadas pela inércia e deslocadas as balizas que demarcavam as instâncias, o que precisamos desenhar é o mapa dos “conceitos básicos” de que fala Williams. Entretanto, não creio que isto seja possível sem “mudar de lugar”, sem mudar o lugar a partir do qual as perguntas são formuladas . . . aceitar que os tempos não favorecem a síntese, que só podemos pressentir e suspeitar que existam áreas ainda inexploradas mesmo na realidade mais próxima. . . . Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o lazer. Um mapa que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos. (Martín-Barbero, 2000, p. 300)

Compreende-se que o desafio de mudar o lugar, questionar olhar de outro ponto de vista, tenha sido enfrentado nas investigações desenvolvidas, e algumas escolhas podem ser relatadas, no sentido de reiterar alguns pressupostos. O primeiro deles refere-se a considerar o princípio de que as narrativas juvenis – ou o “tecido discursivo” (Bakhtin, 1999) – sejam incorporadas como lócus metodológico; não apenas falar de jovens ou sobre jovens, mas conceber uma multiplicidade/polifonia de vozes juvenis competentes para fazer emergir e orientar os rumos da investigação, e responder, assim, a uma indagação basal, transformada em problema de investigação: o que pensam os jovens de si mesmos, do entorno, de seus próprios modos de ser e de viver e dos outros que os cercam? O que dizem os jovens sobre as possíveis articulações entre cultura e política?

O segundo pressuposto implica em recolocar a relação entre cultura e política de forma não cindível, como hegemonicamente vem sendo tratada em muitas abordagens epistemológicas. Para tanto, propomos: caminhar na contramão de tendências que concebem a cultura e a política como lugares distintos e excludentes, em cenários relacionados tanto à produção de conhecimentos, quanto às práticas cotidianas; questionar a restrição da cultura aos campos da antropologia, das artes, da estética e dos estudos de linguagem e a noção de que política prescindiria de suas matrizes simbólicas, imaginárias; refutar noções de cultura esvaziadas de relações de poder e do fazer político; contestar o político constituído como lugar exclusivo da reflexão sobre poder; contradizer perspectivas que situam política como lugar privilegiado e restrito de ações e práticas macro relacionadas, por exemplo, à dominação e à luta de classes.

Consequentemente, e na contramão das tendências anteriores, pode-se assumir – com base no diálogo estabelecido entre Martín-Barbero (1987) e Gramsci (2000, 2002) – que cultura e política se mesclam, pois a cultura passa a ser concebida como “campo estratégico de luta e espaço articulador de conflitos” (Martín-Barbero, 1987, p. 85). Isso reitera a concepção já anteriormente anunciada, em que cultura se explicita como forma particular de vida e de enfrentamento das diferenças e como práticas simbólicas e políticas, que podem se manifestar ora como resistência e contestação, ora como negociação e consentimento. Cultura, portanto, é modo de vida, de concepções e visões de mundo em divergência e de luta pela constituição de hegemonias e contra-hegemonias (Gramsci, 2002).

³ Destacam-se ainda os trabalhos de Silva (1992), Vargas e Román-Velázquez (2011), Badenes (2007), Cuesta Moreno e Meléndez-Labrador (2017), Borelli, Rocha et al. (2009), Borelli e Freitas (2009), Borelli e Freire Filho (2008), Borelli e Rocha (2008), Pereira, Neves e Budag (2021), Prysthon (2007), Herschmann e Fernandes (2014), entre outros.

⁴ Destacam-se, na constituição desse subcampo da Comunicação, a formação e consolidação de dois importantes espaços institucionais: a fundação do Grupo de Trabalho Comunicación y Ciudad dentro da Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (Alaic), em 1994, proposto inicialmente por Rossana Reguillo e ainda hoje em vigência; e a fundação, em 2005 (sob liderança de Silvia H. S. Borelli), do Grupo de Pesquisa Comunicação e Culturas Urbanas³ (atualmente Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas), na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), também vigente ainda hoje. Em suas trajetórias, ambos têm se colocado como espaços de reflexões, debates, publicações e pesquisas conjuntas que vêm adensando e desdobrando o profícuo campo da comunicação urbana e das urbanidades, como juventudes e culturas juvenis, representações e imaginários urbanos, poder e territorialidades, metodologias para o estudo das cidades e dos meios urbanos comunicacionais, corporalidades e estetizações, ações políticas e artivismos urbanos, migrações, práticas de consumo, produções culturais-artísticas na cidade, entre outros.

URBANIDADES, TECNICIDADES E JUVENTUDES

Nesse percurso investigativo e reflexivo acerca das juventudes, a questão urbana e das urbanidades é outro vetor que tem se colocado como central. Nas interseções entre aspectos socioculturais, comunicacionais e políticos *nas* e *das* cidades, o tema da comunicação urbana (Cuesta Moreno & Meléndez-Labrador, 2017; Reguillo, 1995) se apresenta como campo de investigação que, desde os anos 1990, vem se colocando como locus relevante para indagar e analisar questões de destaque no campo da comunicação, como os universos simbólicos e imaginários urbanos, as cidades e a produção cultural juvenil, as socialidades e interações engendradas nas e pelas urbes, as hibridações entre local e global, os itinerários, trajetos urbanos e os fluxos comunicacionais entre ruas e redes.

Embora amplo e com matizes, conceitos e métodos diversos, esse olhar e escuta atentos às urbanidades para refletir sobre o juvenil guarda ressonâncias e diálogos com as reflexões de Garcia Canclini (2001), Sarlo (2004), Martín-Barbero (2004, 2022), Garcia Canclini et al. (2012) e Reguillo (1995, 2000), uma vez que ressalta a articulação fundamental entre os modos de vida urbanos, a cultura e a comunicação³. Ainda que os enfoques, métodos e aportes teóricos sejam diversos, há uma preocupação em revelar as complexas relações entre as cidades e suas vicissitudes pautadas nas culturas midiáticas, em que sonoridades, visualidades, corporalidades, identidades, consumos, usos da cidade, práticas culturais, sensórios e afetos se colocam como vetores de comunicabilidade social no cotidiano⁴.

O impacto epistêmico e teórico-conceitual – nos estudos comunicacionais e culturais latino-americanos na década de 1990 – provocado pela consideração das mediações político-culturais (Martín-Barbero, 2000, 2004) para além dos

meios e do “mediacentrismo” (Badenes, 2007) trouxe também a emergência de novos temas, perguntas e lugares de observação, entre eles, as cidades e as culturas urbanas como objetos comunicacionais, formulando o subcampo que vem sendo chamado de “comunicação urbana” (Álvarez Pedrossian et al., 2021; Cuesta Moreno & Meléndez-Labrador, 2017). Segundo Badenes (2007, p. 3), esse subcampo enfoca “os usos da comunicação, os diversos modos de simbolização, produção e consumo de significados coletivos em uma sociedade”⁵, encarando a comunicação como “um processo cultural de produção, reprodução, circulação e usos de significados sociais, e como uma questão de sujeitos e não apenas de aparatos” (p. 1)⁶. Essas noções têm servido como importante aporte em nossas reflexões e pesquisas sobre jovens urbanos.

Em uma perspectiva pautada no cotidiano vivido (Williams, 1997) e nas ações imprevistas, astuciosas e ordinárias (Certeau, 1994), enfatizamos a noção de urbanidades (Borelli et al., 2009; Pereira & Paiva, 2023), que traz a preocupação de não apenas olhar a cidade em sua dimensão oficial e estrutural (em termos socioeconômicos, urbanísticos e institucional), como também focalizar a cidade praticada, auscultando as tramas que se constituem na vida de todo dia, muitas vezes invisibilizadas, subalternizadas e excluídas dos circuitos hegemônicos da cidade planejada. Não descartamos, por exemplo, a São Paulo da história oficial, dos monumentos, da estrutura viária, fruto de um modelo de modernização europeia implantado por gestores, urbanistas e arquitetos e referido às grandes metrópoles, como Paris ou Viena no século XIX, ou a modelos urbanos articulados ao funcionalismo moderno e segregador de cidades estadunidenses do século XX. A noção de urbanidade incorporada neste texto nos leva a observar e interpretar as formas com que os jovens se apropriam da cidade, criam interações e socialidades, (re)territorializam espaços e compõem produções culturais audiovisuais, digitais, sonoras e imagéticas, que se mostram entrelaçadas com as linguagens da própria configuração do urbano, entre seus fixos e fluxos (Santos & Becker, 2006). Nesse processo, as cidades não se colocam como mero cenário, mas interagem com sujeitos, corpos, estéticas e itinerários, engendrando complexos sentidos políticos e dinâmicos que podem ser pensados pela noção de palimpsesto urbano (Martín-Barbero, 2022), em que marcas são impressas e constantemente sobrepostas por outras. Em tais contextos, as juventudes “rompem e re-imaginam o sentido da convivência, desfazendo e refazendo rostos e figuras da identidade” (Martín-Barbero, 1998, p. 14)⁷.

Nos anos 1990, Carrión (1996, p. 45) elaborou apresentação a um dossiê na revista *Chasqui* sobre “Comunicación en el Espacio Urbano”, na qual enfatizava a cidade como estrutura simbólica, bem como um fórum de comunicação e informação. Em diálogo com essa perspectiva, temos compreendido a cidade

⁵No original: “los usos de la comunicación, los diversos modos de simbolización, producción y consumo de significaciones colectivas en una sociedad”.

⁶No original: “proceso cultural de producción, reproducción, circulación y usos de significados sociales, y como cuestión de sujetos y no sólo de aparatos”.

⁷No original: “rompen y reimaginan el sentido del convi-vir deshaciendo y rehaciendo los rostros y las figuras de la identidad”.

como arena (Borelli & Rocha, 2008), na interrelação entre sujeitos, espaços, ações e imaginários nos quais a urbe não é tela de fundo ou objeto em si, mas algo dinâmico (Reguillo, 1995) e em cujos imbricamentos se “produzem coisas” (Álvarez Pedrosian et al., 2021). As estratégias juvenis de ser e estar no mundo e nas urbes “permitem claramente associá-los a um campo de ação efetivamente comunicacional” nas formas com que experimentam e interpretam “a vida metropolitana, com todos os seus conflitos e todos os seus encantos [o que] significa, nestes termos, perceber a própria cidade como um médium e, os corpos juvenis, como corpos-mídia” (Borelli & Rocha, 2008, p. 28).

A cidade mostra-se como arena e suporte pelo qual circulam uma miríade de linguagens juvenis, ao mesmo tempo em que se inscreve nesses corpos, materializando formas de andar, se vestir, performar identidades e pertencças, criar trajetórias urbanas e negociar sentidos. Ao oscilar “entre o nomadismo – ganhar a rua, atravessar a cidade, conhecer o mundo para além das fronteiras territoriais – e o gregarismo – voltar para casa, buscar refúgio e segurança, reconstruir redes de sociabilidade” (Borelli & Rocha, 2008, p. 30), apontam para os paradoxos e ambiguidades da experiência urbana em grandes metrópoles: por um lado, o excesso de estímulos e aceleração, encontros e interações, convites ao consumo e linguagens midiáticas-urbanas em profusão; por outro, os estigmas, os enfrentamentos, tensionamentos e violências, exclusões, imobilidades e precariedades. Numa tensa negociação, a arena urbana se elabora como local de expressão, disputa práticas heterogêneas e imaginários juvenis, que comportam reprodução social, como também possibilidades de resistência, na formulação de brechas e fissuras para se fazerem sujeitos de discurso, enunciação e ação social (Reguillo, 2000).

Nas complexas e dinâmicas articulações entre juventudes, culturas urbanas e urbanidades, estão presentes os desordenamentos culturais (Martín-Barbero, 2022) que enfatizam a elaboração e o desenvolvimento de novas sensibilidades para o tempo, para o espaço e para as tecnologias, em que as juventudes surgem como protagonistas. Atento e sensível leitor de Walter Benjamin, Martín-Barbero (2000) alertou para a perspectiva do filósofo alemão de olhar para aspectos fragmentários que se dão nas margens, nos relatos e no cotidiano; essa abordagem teria possibilitado a Benjamin deslocar o foco restrito às obras de arte e pensar sobre as mudanças perceptivas dos receptores, com seus novos sensórios dinamizados pela experiência moderna e urbana do capitalismo, das grandes cidades, das multidões, da presença dos meios de comunicação e da técnica. Esses novos sensórios perceptivos se constituíram aliados à experiência dos choques vividos cotidianamente no contexto das metrópoles, com o turbilhão de novidades, diferenças, imagens, vitrines, arquitetura, galerias,

massas e consumo, colaborando na elaboração de uma subjetividade moderna caleidoscópica (Benjamin, 2007).

É no diálogo com essas noções que Martín-Barbero (1998, 2004) constrói a noção (ou mediação) da tecnicidade, não enfatizando a técnica em si, mas sua dimensão antropológica de *techné* (Lopes, 2018), seus usos e modos de interiorização e elaboração. Trata-se de uma noção que busca ressaltar como são apropriados os dispositivos tecnológicos pelos quais passam as novas linguagens e as experimentações identitárias, cognitivas e estéticas centrais para pensar os jovens. Assim definiu Martín-Barbero em entrevista a Mariluce Moura (2009, p. 14):

... há a compressão do tempo, a compressão do espaço e é aí que eu recomponho as duas mediações fundamentais hoje: a identidade e a tecnicidade – eu adoto essa palavra não por esnobismo, mas sim porque um antropólogo francês, André Leroi-Gourhan, contemporâneo de Marcel Mauss, forja a ideia de que a técnica entre os “povos primitivos” também é sistema, não apenas um conjunto de ferramentas. Eu ligo tecnicidade ao que está se movendo na direção da identidade.

A tecnicidade aparece nos mapas das mediações do autor ainda em 1998, no prefácio à quinta edição de *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1998). Primeiramente, surge como mediação que foi sendo reposicionada nas dinâmicas atualizações da cartografia barberiana (Lopes, 2018) ao longo do tempo; no quarto e último mapa elaborado por Martín-Barbero em 2017, a tecnicidade surge como eixo estruturante ou mediação básica do eixo horizontal, junto com a sensorialidade – de inspiração benjaminiana –, com a qual forma “coproduções que se habitam” (Martín-Barbero & Rincón, 2019, p. 20)⁸. São interdependentes e se retroalimentam.

⁸No original: “coproducciones que se habitan”.

A noção de tecnicidade tem sido útil para compreender como os jovens urbanos não apenas fazem uso dos aparatos, mas – a partir da mediação tecnológica – criam linguagens, transformações político-culturais, formas de estar juntos, ser e estar no mundo, bem como relações outras com o tempo e o espaço. Como argumenta Lopes (2018, p. 57), tecnicidade diz respeito “à destreza, à habilidade de fazer, mas também de argumentar, de expressar, de criar e de comunicar através de formas materiais, destreza essa que se atualiza com base nos novos modos de lidar com a linguagem”. Assim, tecnicidade está “incrustada na estrutura mesma da cognição/logos e da vida cotidiana” (p. 58).

Nesse sentido, no último mapa barberiano, as tecnicidades se articulam com a sensorialidade e as socialidades, implicando na reconfiguração destas (Lopes, 2018). Isso porque as formas de expressão das tecnicidades interferem e tantas vezes alteram as maneiras de muitos agrupamentos juvenis adentrarem

e terem voz e enunciação nos espaços públicos das cidades e das redes digitais. As possibilidades interativas e conectivas das redes (Martín-Barbero & Rincón, 2019) vêm possibilitando aos jovens constituir formas outras de estarem juntos, elaborar práticas colaborativas, bem como se apresentar com suas identidades, corporalidades e audiovisualidades. Tecnicidades, dessa maneira, caracterizam instrumento conceitual que permite entrever as maneiras juvenis de “manejar destrezas discursivas e potencialidades reticulares” (Borelli, Pereira et al., 2023, p. 15) nas urbes e no mundo digital.

AÇÕES COMUNICACIONAIS, SUBJETIVIDADES JUVENIS, CORPORALIDADES E POLITICIDADES

Como parte de nossa trajetória de aproximação com jovens e juventudes e suas práticas políticas que se manifestam mediante ações comunicacionais de resistência, outros marcadores teórico-metodológicos foram se constituindo e se consolidando ao longo da experiência de campo e das diferentes produções reflexivas. Em específico, nos chama atenção, como já indicado, a observação recorrente da centralidade da cultura e da estética no modo como se organizam as práticas e as subjetividades desses atores e atrizes sociais na atualidade. Quando nos voltamos ao plano comunicacional que constitui esses modos de ser e estar no mundo, determinados aspectos se evidenciam. Tratando-se de um escopo analítico que, em nosso caso, se direciona a processos e perspectivas de resistência, estivemos atentas a algumas indagações. Se não há dúvida da crescente mobilização da comunicação em rede, das tecnologias móveis e das audiovisualidades como força motriz, como vetor estruturante do social e da cultura, o que existiria de particular na maneira como as juventudes contemporâneas mobilizam tais dados e materialidades em seu modo de atuar política e propositivamente?

Estando evidentes as variáveis sócio-históricas que atravessam as práticas políticas juvenis brasileiras desde a década de 2000, notamos a permanência de algumas categorias de análise que emergiram sistematicamente em nosso acompanhamento e reflexão sobre essas juventudes. Ultrapassando o que se chamou da geração e da sensibilidade “desencantadas” dos anos 1990 (Gadea, 2007), as juventudes marcheiras, ativistas e artivistas dos anos 2000 até os dias atuais ressoam uma mobilização quente e plástica, na qual humor, ação direta e certa eroticidade política se faz presente.

Desde as primeiras grandes marchas que tomaram de assalto as ruas de nossas metrópoles a partir dos anos 2000 (com a Marcha da Maconha), e ganharam força nos idos de 2010 (com a Marcha das Vadias), gerando o que se

convencionou denominar “novíssimos movimentos sociais” (Augusto et al., 2016), uma evidente conformação performativa e uma base enunciativa particular vem se configurando. A mobilização de ferramentas tecnológicas e a presença nas redes sociais para a publicização de suas pautas e como forma de engajar outros jovens em suas iniciativas de ação pública, mescla-se à ocupação das ruas com corporalidades intensas. Como nota Neder (2017), há uma articulação entre “subjativação, corporalidade e transformação social”.

O corpo é, assim, uma categoria essencial às dinâmicas próprias aos acontecimentos estabelecidos configurados por essas pessoas jovens. Esse novo corpo militante, sensorial e sensível, resgata a memória política das passeatas estudantis, mas o faz a partir de uma mobilização iconoclasta e irreverente. É interessante observar como as corporalidades juvenis comporão, paulatinamente, um outro modo de fazer política, que mesclará diferentes regimes discursivos e referenciais explicativos. Assim, nota-se o recurso, por exemplo, a bagagens *memoriográficas* advindas não apenas da política clássica, mas também do contato e apropriação de referentes da música, da arte, do audiovisual, das tecnologias, das práticas e hábitos de lazer e de consumo de cultura, em suas diferentes expressões.

Os estudos desenvolvidos por Cerbino et al. (2001) continuam a nos oferecer referências teóricas sólidas e abordagens metodológicas importantes para se pensar as culturas juvenis, desde sua relação com o corpo, a música, a sociabilidade e as questões de gênero, sendo que, nesse último quesito, se encontram as maiores lacunas, ou os campos problemáticos que mais demandam atualização e revisão. Na proposta da e dos autores, as juventudes são abordadas em um aporte cultural e em um regime de complexidade, o que os leva a enunciar uma interessante “antropologia do corpo juvenil” (Cerbino et al., 2001), atravessada pelo consumo cultural, as interações sociais, as comunidades emocionais e a distinção de gêneros.

Na análise de juventudes marcheiras e daquelas mais claramente voltadas a práticas artivistas de viés estético e audiovisual, identificamos uma compreensão *corpográfica* (Santo & Lotufo, 2014) de suas ações. Em nossas observações, além desses aportes, se fizeram presentes a compreensão de como diferentes artivismos assumem a interface entre política, subjativação e identidades, resultando em uma colocação em pauta de temáticas como os gêneros e as sexualidades, cada vez mais atravessados por questões étnico-raciais.

Como apresentado por Colling (2018, p. 157):

[as] feministas, assim como outros movimentos sociais, tal qual o movimento negro e seu teatro, sempre perceberam que as artes e os produtos culturais em geral são potentes estratégias para produzir outras subjetividades capazes de atacar a misoginia, o sexismo e o racismo.

Saavedra (2017, p. 1), referindo-se ao ativismo feminista, sugere que “há uma (cri)ação direta que constrói, por meio da experiência, o sujeito político”. Nesse aspecto, talvez possamos falar em termos de uma subjetividade artista, na qual “[c]orpos . . . intervêm e, com seus movimentos poéticos de resistência e subversão, repositionam a si mesmos e a outros do seu entorno” (p. 2).

Em função de percepções como essas, o conceito de *politicidade* nos foi fundamental em nossas interpretações dessas “subjetividades políticas encorpadas” (Díaz Gómez & Alvarado Salgado, 2012). Trazendo a visada de Paulo Freire acerca da dimensão política da educação, associada pelo autor à ideia de *politicidade*, pressupõe-se a determinação mútua entre autonomia e dinâmicas de poder, pois essa autonomia não poderá significar e/ou resultar na submissão de outrem (Demo, 2002). Consciência crítica e autocrítica se combinam, uma vez que a primeira não será imposta por sujeitos (educadores) em qualquer suposta condição de superioridade, mas emerge, como práxis (encarnada) do cotidiano, a partir da própria cultura daqueles que serão autonomamente libertados (Freire, 2001).

Ativismos político-comunicacionais e activismos estético-políticos são dotados de *politicidade*, mesmo quando transitam ou negociam com espaços de institucionalidade, e de certo modo atualizam, ainda que como “tradição residual” (Williams, 1992), heranças políticas e culturais bastante peculiares. A originalidade de seu modo de produzir e disseminar cultura audiovisual, por exemplo, em um contexto de descentralização tecnológica e descompressão cultural, não nos impede de localizar um modo específico de *remixar* e rearranjar referências e pertencas, ativando, em registro próprio e às vezes com entonações biográficas, amplos acervos *memoriográficos*, lidos, na direção de Feixa (2000), não como depósito de fatos, mas como matriz de significados e valores.

Essa memória artista (Chaia, 2007) ressoa também em iniciativas de ocupação da cidade, da mídia e das redes sociais por eventos artísticos sustentados por políticas culturais públicas, em especial aquelas materializadas pela Virada Cultural e a Parada do Orgulho LGBT de São Paulo. Além de obviamente fazerem eco a toda uma movida de ações juvenis recentes que mesclam estética e *politicidade* (Rocha, 2016) e de serem historicamente contemporâneas aos “novíssimos movimentos sociais” (Augusto et al., 2016) e às práticas colaborativas de produção cultural, entendemos que existem particularidades no modo como configuram novos regimes de inteligibilidade social, urbana, cultural e artística. Parece-nos que, em sua afiliação ético-estética, essas redes (de afetos, de criação, de colaboração profissional e apoio subjetivo) têm capacitado a transfiguração da gramática normativa da vida, embaralhando a semiose do capitalismo ocidental e do próprio *mainstream* político e comunicacional.

Atentamo-nos nesse ponto às interessantes argumentações de Di Giovanni (2015, p. 2), quando esclarece que

... a emergência do termo *artivismo*, como categoria analítica, marca um interesse, político e teórico, em formas de ação coletiva cujo efeito e possíveis interpretações não se esgotam na taxonomia da provável orientação ideológica dos participantes, nem na possível funcionalidade que possam cumprir nos jogos político-eleitorais e midiáticos das democracias representativas, cuja explicação não termina na identificação dos fatores contextuais, históricos ou socioeconômicos que fomentaram sua erupção.

Há, nesse aspecto, a convergência com Sarlo (2004, p. 36), em sua observação de que “a juventude não é uma idade, e sim uma estética da vida cotidiana”. Tal princípio é ecoado pelas investigações de Reguillo (2000) sobre práticas e dinâmicas de consumo cultural capitaneadas por agrupamentos e coletivos juvenis. Reguillo percebe a constituição dos jovens como sujeitos, mais exatamente sujeitos de discurso e sujeitos de ação, “com competência para referir-se em atitude objetivante às entidades do mundo, ... com capacidade para se apropriar (e mobilizar) os objetos ... sociais e simbólicos”. (Reguillo, 2000, p. 36)⁹.

Entendemos que esse operador analítico contempla, segundo Ouviaña (2013, p. 78), “um tipo de construção que se define por tentar ‘desde o agora’ produzir transformações em suas próprias práticas de luta”¹⁰, e que se referendam, de diferentes modos, em preceitos de autonomia, *antecip[ando]* ou *prefigur[ando]* a nova sociedade à qual aspiram. Isso pode contemplar a dimensão utópica que identificamos em alguns artivismos, em especial os artivismos musicais de gênero (Rocha, 2021) e os “artivismos estéticos das dissidências sexuais e de gênero” (Colling, 2018, p. 1). Essa possibilidade é consoante à leitura de Lourenço (2019, p. 20) da “*ação crítica no espaço urbano* [que] vem ganhando adeptos, formas sensíveis, contundência capazes de desvelar meandros calados por razões escusas”, ao que a autora associa, em jogo poético, a ideia do “viver e prever políticas de espaço”.

Conceitos híbridos, polissêmicos e plásticos, e que assim o são em função de perspectivas políticas, nos parecem adequados à análise de fenômenos igualmente híbridos de ação política juvenil. Fernández (2013), para identificar modalidades de subjetivação e lógicas coletivas em suas pesquisas com juventudes argentinas vulnerabilizadas, se utiliza da concepção de “corporalidades em ação” apreendidas em seus marcadores de intensidade, nas quais o corpo é, ele mesmo, um lugar epistêmico. Na contemporaneidade, são várias as expressões artivistas que mobilizam o lugar da expressividade audiovisual

⁹No original: “con competencias para referirse en actitud objetivante a las entidades del mundo, ... con capacidad para apropiarse (y movilizar) los objetos ... sociales y simbólicos”.

¹⁰No original: “un tipo de construcción que se define por intentar ‘desde el ahora’ producir transformaciones en sus propias prácticas de lucha, que anticipen –o ‘prefiguren’– la nueva sociedad a la que aspiran”.

como importante espaço de construção subjetiva, representatividade e existência. Em direção complementar, afirmam que seus corpos são políticos, articulando a luta contra, por exemplo, as violências raciais e de gênero estruturais na sociedade brasileira.

Corpo como lugar epistêmico, corpo como referente da processualidade investigativa, corporalidades políticas configuradas por *corpos falantes* (Preciado, 2014) e por *corpos em aliança* (Butler, 2019), corpos artistas ocupando corpos urbanos e digitais. Audiovisualidades como corpo, afetando corpos. Corpos resistindo e existindo desde um circuito tentacular, no qual corpos audiovisíveis ocupam corpos audiovisuais e transformam corpos humanos, tecnológicos, urbanos. Ou seja, como aludido por Fernández (2013, p. 20) “[t]ransversalizar a problemática dos corpos . . . possibilita pensar ferramentas conceituais que permitam incorporar as dimensões desejantes que animam os ‘entre corpos’ das ações coletivas”¹¹.

¹¹No original: “[t]ransversalizar la problemática de los cuerpos también hace posible pensar herramientas conceptuales que permitan incorporar las dimensiones deseantes que animan los ‘entre los cuerpos’ de las acciones colectivas”.

Os olhares antropológicos e interdisciplinares oferecidos por García Canclini et al. (2012) no amplo estudo que coordenaram sobre jovens, culturas urbanas e redes digitais no México e na Espanha também nos oferecem importantes pistas e perspectivas de análise. O fato de terem levado em conta, em suas escolhas metodológicas, “os atores em rede”; o comunicacional, ou seja “as redes não visíveis que organizam a cidade”; a insuficiência de se compreender “a lógica das indústrias culturais” para dar conta dos processos e atores estudados; a descompressão do conceito de “campo cultural” para assim dar conta dos “muitos processos transversais” que constituem o modo como as juventudes circulam nos âmbitos editoriais, musicais, literários e artísticos; a percepção de que “a posição dos jovens não é, na realidade, nem tão livre como às vezes se supõe, nem, por outro lado, tampouco completamente submetida, determinada”¹² (García Canclini et al., 2012), se apresentou como perspectiva significativamente afinada a nossas próprias percepções e compreensões das atrizes e atores sociais por nós estudados.

¹²No original: “la posición de los jóvenes no es, en realidad, ni necesariamente tan libre como a veces se supone ni, por otro lado, tampoco completamente sometida, determinada”.

BALANÇOS, CONSIDERAÇÕES, CONTINUIDADES

No contexto de recrudescimento das forças conservadoras, as práticas e lutas juvenis vêm sinalizando a potência que emerge das narrativas e expressividades de resistência, assim como indicam mutações nas formas de se apropriar das cidades e das redes em seu fazer político. Constituem igualmente habilidade estratégica na enunciação de suas identidades e subjetividades e suas representações, manifestas por meio dos ativismos, dos artivismos e de variadas mobilizações políticas. Acionam, para tanto, linguagens e estéticas, técnicas e corporalidades.

Aludimos a outra questão central presente no último mapa barberiano: a noção de *urbanitas*, derivada e em diálogo com as cidadanias, mais estáveis e vinculadas à noção de *civitas*. Como sugeriu o autor (Martín-Barbero & Rincón, 2019), *urbanita* é a maneira de exercer cidadanias globais/comunicacionais nas redes e nos fluxos, sempre moventes, com “raízes que andam” (Martín-Barbero, 2022) e transformam a cidade e os ambientes digitais. *Urbanitas* que reverberam na noção de urbanidade que aqui trouxemos e que se atualizam e dinamizam o cotidiano da cidade vivida, em meio às técnicas, redes, socialidades e modos de fazer e viver o político. Ou seja, uma experiência dotada de politicidade, instrumento para consciência de si e para transformações sociais coletivas e libertárias.

Trazemos para essas considerações finais a perspectiva da expressividade comunicacional ou da potencialidade enunciativa atinente às práticas políticas juvenis como um importante núcleo reflexivo. Parece-nos central compreender como, em meio a retrocessos e revezes sistêmicos, as ações de resistência se multiplicam e se modificam, construindo um horizonte de ação próprio às juventudes brasileiras. A herança ativista e artivista vem consolidando práticas enunciativas que incluem as corporalidades e ocupam as redes e mídias digitais com um modo de vocalização, que parte dos corpos e a eles retorna. Falam para os seus, assim como participam de uma cena pública que inclui as diferenças e enfrenta os cerceamentos e embates argumentativos. Rompem, assim, com formas e formatos dicotômicos e de pouca complexidade, evidenciando matizes e pluralidades de compreensão da própria agenda política.

Foi possível capturar, por meio da polifonia das vozes (Bakhtin, 2008), das visões e concepções de mundo e das lutas pela constituição de hegemonias (Gramsci, 2000, 2002), as formas de ser, viver e constituir – pela mediação da cultura, da estética, dos ativismos e artivismos e da tecnicidade – novas práticas políticas juvenis. Elas pressupõem o protagonismo das juventudes nas formas de se apresentar e se situar na agenda pública, a modificando e ressignificando. ■

REFERÊNCIAS

- Álvarez Pedrosian, E., Póo Figueroa, X., & Zapata Agudelo, J. D. (2021). “¿De qué hablamos cuando hablamos de ciudad?” Entrevista a Rossana Reguillo. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 20(37), 215-226. <https://doi.org/10.55738/alaic.v20i37.724>
- Augusto, A., Rosa, P. O., & Resende, P. E. R. (2016). Capturas e resistências nas democracias liberais: Uma mirada sobre a participação dos jovens nos novíssimos movimentos sociais. *Estudos de Sociologia*, 21(40), 21-37.

- Badenes, D. (2007). Comunicación y ciudad: Líneas de investigación y encuentros con la historia cultural urbana. *Question*, 1(14), 1-11.
- Bakhtin, M. (1987). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. Hucitec; UnB.
- Bakhtin, M. (1993). *Questões de literatura e de estética*. Hucitec; Unesp.
- Bakhtin, M. (1999). *Marxismo e filosofia da linguagem*. Hucitec.
- Bakhtin, M. (2008). *Problemas da poética de Dostoiévski*. Forense Universitária.
- Benjamin, W. (2007). *Passagens*. UFMG.
- Borelli, S. H. S., & Aboboreira, A. (2011). Teorias/metodologias: Trajetos de investigação com coletivos juvenis em São Paulo/Brasil. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez Y Juventud*, 9(1), 161-172.
- Borelli, S. H. S., & Freire Filho, J. (Orgs.). (2008). *Culturas juvenis no século XXI*. Educ.
- Borelli, S. H. S., & Freitas, R. F. (Orgs.). (2009). *Comunicação, narrativas e culturas urbanas*. Educ.
- Borelli, S. H. S., Pereira, S. L., Paiva, M. C., & Bras, J. M. (2023). Ativismos juvenis urbanos: Slam Resistência, tecnicidades, redes e atuação pelas brechas. *Millcayac*, 10(18), 1-23.
- Borelli, S. H. S., & Rocha, R. M. (2008). Juventudes, midiatizações e nomadismos: A cidade como arena. *Comunicação Mídia e Consumo*, 5(13), 27-40. <https://doi.org/10.18568/cmc.v5i13.125>
- Borelli, S. H. S., Rocha, R. M., & Oliveira, R. C. A. (2009). *Jovens na cena metropolitana: Percepções, narrativas e modos de comunicação*. Paulinas.
- Bourdieu, P. (1983). A juventude é só uma palavra. In *Questões de sociologia* (pp. 112-121). Marco Zero.
- Brandist, C. (1995). Bakhtin, Gramsci and the semiotics of hegemony. Bakhtin Centre; University of Sheffield.
- Butler, J. (2018). *Corpos em aliança e a política das ruas: Notas sobre uma teoria performativa de assembleia* (2a ed.). Civilização Brasileira.
- Carrión, F. (1996). La ciudad es un libro abierto. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (55), 44-47.
- Cerbino, M., Chiriboga, C. & Tutivén, C. (2001). *Culturas juvenis: Cuerpo, música, sociabilidad & género* (2a ed.). Abya-Yala; Convenio Andrés Bello.
- Certeau, M. (1994). *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*. Vozes.
- Chaia, M. (2007). Artivismo: Política e arte hoje. *Aurora*, (1), 9-11.
- Colling, L. (2018). A emergência dos ativismos das dissidências sexuais e de gêneros no Brasil da atualidade. *Sala Preta*, 18(1), 152-167. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-3867.v18i1p152-167>

- Cuesta Moreno, Ó. J., & Meléndez-Labrador, S. (2017). Comunicación urbana: Antecedentes y configuración de líneas de investigación en América Latina y España. *Territorios*, (37), 205-228. <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.4889>
- Demo, P. (2002). *Politicidade: Razão humana*. Papirus.
- Díaz Gómez, A., & Alvarado Salgado, S. V. (2012). Subjetividad política encorpada. *Revista Colombiana de Educación*, (63), 111-128. <https://doi.org/10.17227/01203916.1689>
- Di Giovanni, J. R. (2015). Artes de abrir espaço: Apontamentos para análise de práticas em trânsito entre arte e ativismo. *Cadernos de Arte e Antropologia*, 4(2), 13-27. <https://doi.org/10.4000/cadernosaa.911>
- Feixa, C. (2000). Generación @. La juventud en la era digital. *Nómadas*, (13), 76-91.
- Fernández, A. M. (2013). Los cuerpos del deseo: Potencias y acciones colectivas. *Nómadas*, (38), 13-29.
- Freire, P. (2001). *Política e educação* (5a ed.). Cortez.
- Gadea, C. A. (2007). *Paisagens da pós-modernidade: Cultura, política e sociabilidade na América Latina*. Univali.
- Garcia Canclini, N. (2001). Introducción a la nueva edición: Las culturas híbridas en tiempos globalizados. In *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (2a ed., pp. 11-33). Paidós.
- Garcia Canclini, N. (2022). Prefácio. Outro conhecimento para outra política. In J. Martín-Barbero, *Jovens entre o palimpsesto e o hipertexto* (pp. 11-13). Edições Sesc SP.
- Garcia Canclini, N., Cruces, F., & Castro Pozo, M. U. (Coords.). (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Ariel; Fundación Telefónica.
- Gramsci, A. (2000). *Cadernos do cárcere: Os intelectuais, O princípio educativo, Jornalismo* (8a ed., Vol. 2). Civilização Brasileira.
- Gramsci, A. (2002). *Cadernos do cárcere: Literatura, folclore, gramática, apêndices, variantes e índices* (4a ed., Vol. 6). Civilização Brasileira.
- Herschmann, M., & Fernandes, C. S. (2014). *Música nas ruas do Rio de Janeiro*. Intercom.
- 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>
- Lopes, M. I. V., Borelli, S. H. S., & Resende, V. R. (2002). *Vivendo com a telenovela: Mediações, recepção, teleficcionalidade*. Summus.
- Lopes, M. I. V., Borelli, S. H. S., & Resende, V. R. (2006). Televisión. Una metodología de las mediaciones. In G. Sunkel (Coord.), *El consumo cultural en América Latina* (pp. 363-410). Andrés Bello.

- Lourenço, M. C. F. (2019). Viver e prever políticas de espaço. In E. Bruno (Org.), *Imaginários urbanos. Performance entre o público e o privado*. Expressão Gráfica.
- Martín-Barbero, J. (1987). *Procesos de comunicación y matrices de cultura: Itinerario para salir de la razón dualista*. G. Gili.
- Martín-Barbero, J. (1998). Prefácio à quinta edição: Pistas para entrever medios y mediaciones. In *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía* (5a ed., pp. 1-14) Convenio Andrés Bello.
- Martín-Barbero, J. (2000). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia* (2a ed.). UFRJ.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Loyola.
- Martín-Barbero, J., & Rincón, O. (2019). Mapa insomne 2017: Ensayos sobre el sensorium contemporáneo. Un mapa para investigar la mutación cultural. In N. Jacks, D. Schmitz, & L. Wottrich (Orgs.), *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero* (pp. 17-24). Ciespal.
- Martín-Barbero, J. (2022). *Jovens entre o palimpsesto e o hipertexto*. Edições Sesc SP.
- Morin, E. (1984) Juventude. In *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo. Neurose* (Vol. 1, pp. 147-157). Forense Universitária.
- Moura, M. (2009). Jesús Martín-Barbero: As formas mestiças da mídia. *Pesquisa FAPESP*, (163), 10-15.
- Neder, A. (2017). Música e discurso: Subjetivação, corporalidade e transformação social. In C. F. Díaz & B. Corti (Comps.), *Música y discurso: Aproximaciones analíticas desde América Latina* (pp. 69-96). Eduvim.
- Ouviña, H. (2013). La política prefigurativa de los movimientos populares en América Latina. Hacia una nueva matriz de intelección para las Ciencias Sociales. *Acta Sociológica*, (62), 77-104. [https://doi.org/10.1016/S0186-6028\(13\)71000-4](https://doi.org/10.1016/S0186-6028(13)71000-4)
- Pereira, S. L., Neves, T., & Budag, F. (Orgs.). (2021). *Comunicação e culturas urbanas: Temas, debates e perspectivas*. Intercom.
- Pereira, S. L., & Paiva, M. C. (2023). Silvia Borelli – Entrelugares da comunicação e da antropologia. In C. Rodríguez, A. Marroquin Parducci & O. Rincón (Eds.), *Mujeres de la Comunicación: América Latina y Caribe* (Vol. 2, pp. 189-204). FES Comunicación.
- Preciado, P. (2014). *Manifesto contrassexual*. n-1 edições.
- Prysthon, A. (Org.). (2007). *Imagens da cidade: Espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas*. Sulina.
- Reguillo, R. (1995). Pensar la ciudad desde la comunicación. Un ejercicio necesario. In J. Galindo & C. Luna (Coords.), *Campo académico de la*

- comunicación: Hacia una reconstrucción reflexiva* (pp. 109-132). Iteso; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto*. Norma.
- Rocha, R. M. (2012). Culturas juvenis, consumo e politicidades. In I. Sampaio (Org.), *Comunicação, cultura e cidadania*. Pontes.
- Rocha, R. M. (2016). Eram iconoclastas nossos ativistas? A representação na berlinda e as práticas comunicacionais como formas (políticas) de presença. In E. Jesus, E. Trindade, J. Janotti Júnior, & M. Roxo (Orgs.), *Reinvenção comunicacional da política: Modos de habitar e desabitar o século XXI* (pp. 31-46). Edufba; Compós.
- Rocha, R. M. (org.). (2021). *Artivismos musicais de gênero: bandivas, travestis, gays, drags, trans, não-binários*. Salvador: Devires.
- Saavedra, R. (2017). *Entre militâncias e letramentos: Produção cultural, ativismo e jovens feministas* [Apresentação de trabalho]. 11º Seminário Internacional Fazendo Gênero; 13º Women's World Congress, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.
- Santo, D. E., & Lotufo, J. J. (2014). Corpografias urbanas. *Revista Brasileira de Estudos da Presença*, 4(1), 70-82. <https://doi.org/10.1590/2237-266041982>
- Santos, M., & Becker, B. (Orgs.). (2006). *Território, territórios: Ensaios sobre o ordenamento territorial*. DP&A.
- Sarlo, B. (2004). *Cenas da vida pós-moderna: Intelectuais, arte e videocultura na Argentina* (3a ed.). UFRJ.
- Silva, A. (1992). *Imaginarios urbanos, Bogotá y São Paulo: Cultura y comunicación urbana en América Latina*. Tercer Mundo.
- Silva, J. C. P. (2007). *Aventura das cidades: Ensaios e etnografias*. FGV.
- Valenzuela, J. M. (2022). Juventudes, biocultura y bioresistencia. In S. H. S. Borelli & R. L. Soares (Orgs.). *Juventudes: Violência, biocultura, biorresistência* (pp. 21-30). EDUC; PIPEq.
- Vargas, A., & Román-Velázquez, P. (2011). Latin American urban cultural studies: Unique texts, ordinary cities. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 8(1), 131-153. <https://doi.org/10.16997/wpcc.178>
- Williams, R. (1969). *Cultura e sociedade*. Companhia Editora Nacional.
- Williams, R. (1992). *Cultura*. Paz e Terra.
- Williams, R. (1997). *Marxismo y literatura*. Península.
- Zavala, I. M. (1996). *Escuchar Bajtin*. Montesinos.

A cobertura noticiosa de crianças e jovens em códigos de ética

News coverage of children and young people in ethics codes

PAULO MARTINS^a

Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal.

RESUMO

Este artigo incide na abordagem das normas inscritas em códigos de ética jornalística sobre a cobertura de casos envolvendo cidadãos menores de idade, com o objetivo de identificar os valores e princípios estabelecidos, bem como a conduta profissional prescrita. A investigação baseia-se na análise de conteúdo de 200 códigos de diversas regiões do mundo. Concluiu-se que 128 (64%) destes apresentam referências diretas ao tema, como respeito pelo melhor interesse da criança, proteção da privacidade, consentimento prévio para contato ou condições de realização de entrevistas. A principal preocupação detectada foi a avaliação dos danos causados a crianças e jovens e a ocultação da identidade, o procedimento mais frequentemente recomendado para sua proteção.

Palavras-chave: Crianças, jovens, códigos de ética jornalística, cobertura jornalística

^aProfessor Auxiliar do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa, investigador do Centro de Administração e Políticas Públicas (CAPP) e jornalista profissional.
Orcid: <https://orcid.org/000-0001-6445-8115>. E-mail: pmartins@iscsp.ulisboa.pt

ABSTRACT

This study focuses on the norms inscribed in codes of journalistic ethics on news coverage of cases involving underage citizens to identify established values and principles as well as prescribed professional conduct. Research is based on content analysis of 200 codes from around the world. This study concluded that 128 codes (64%) directly reference the subject, such as respect for the best interest of the child, privacy protection, previous consent to contact, or conditions for conducting interviews. The main concern detected refers to the evaluation of damage caused to children and young people. The concealment of identity is the most frequently recommended procedure to ensure their protection.

Keywords: Children, young people, codes of ethics for journalism, news coverage

A COBERTURA NOTICIOSA DE acontecimentos que envolvem cidadãos menores de idade é, com frequência, objeto de controvérsia, por silenciar sua voz, negando-lhes o direito à liberdade de expressão, ou, pelo contrário, por propiciar a exposição mediática, com efeitos eventualmente negativos no desenvolvimento de sua personalidade. Embora não descreva a primeira dimensão, este artigo incide, essencialmente, na segunda, ao analisar as normas sobre a conduta dos jornalistas inseridas em códigos de ética, campo ao qual os investigadores não têm dedicado especial atenção.

A abordagem proposta, concentrada predominantemente no domínio da autorregulação, tem em conta o contributo de fontes de direito como a *Convenção Sobre os Direitos da Criança*, adotada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1989. Particularmente relevante por consagrar a prevalência do superior interesse da criança e, em simultâneo, o respeito pelos direitos à participação e à proteção da privacidade, honra e reputação, a convenção incentiva os *media* a divulgarem informações que beneficiem as crianças, não deixando de alertar para a necessidade de as preservar de conteúdos prejudiciais.

Esta investigação procura colmatar uma lacuna nos estudos sobre códigos éticos do Jornalismo: a análise comparativa das orientações que apresentam, em diversos países e sistemas mediáticos, acerca da atuação dos profissionais, quando confrontados com a cobertura de eventos em que participem crianças, adolescentes ou jovens. Não se trata de apurar o grau de cumprimento das normas inscritas nos códigos, mas de verificar se são omissos nesse domínio ou se incorporam disposições sobre as condições de recolha e difusão de informação em situações dessa natureza.

AVALIAÇÃO DO IMPACTO DA COBERTURA MEDIÁTICA

Quando crianças, adolescentes ou jovens se tornam protagonistas de reportagens, é suposto que o jornalista respeite seus direitos. Sendo legalmente menores de idade, é necessário assegurar que a abordagem jornalística não perturbe o desenvolvimento de sua personalidade, ainda em formação, nem comprometa, se for o caso, a integração social. Maior cuidado é necessário, naturalmente, em situações de risco. Como assinala Marôpo (2012), a literatura académica tem vindo a identificar múltiplos traços do impacto negativo da cobertura mediática, como a criação de estereótipos, a “exploração sensacionalista de casos singulares e o tratamento ligeiro, individualista, pouco politizado e descontextualizado de questões complexas como o abuso sexual e a delinquência juvenil” (Marôpo, 2012, p. 208).

A interrogação de Hodges (2009) sobre a conduta profissional – “Onde deve a sociedade traçar a linha moral entre a necessidade (e o direito) da sociedade

de saber e a necessidade (e o direito) do indivíduo de não revelar?”¹ (p. 281) – é ainda mais pertinente quando estão em causa menores. A opção implica ponderar os valores em presença: o jornalista avalia se o interesse público prevalece sobre a invasão da esfera privada. Em caso afirmativo, precisa fazer diligências para afetar o menos possível o direito à privacidade, entendido como o controle, pelo indivíduo, das informações pessoais que lhe dizem respeito.

A decisão ética é tomada nesse quadro. O dever de alcançar a verdade não pode ignorar os danos potenciais sobre as pessoas envolvidas – e, por maioria de razão, sobre as mais jovens. Daí a intervenção da hierarquia editorial. “Deixar aos jornalistas a responsabilidade individual de responder às situações à medida que elas surgem não é claramente suficiente”², defende Fullerton (2004, p. 523). No estudo desse autor, um antigo editor de jornal conta como agiu quando, em uma reportagem sobre pobreza, um fotógrafo apresentou uma excelente foto de um menino a comer cereais. O argumento de que obtivera autorização dos pais não o moveu. Recusou publicar, porque a família poderia sentir-se exposta à ridicularização e, até, à discriminação.

A avaliação pode incidir sobre mensagens, inclusive da autoria de menores, divulgadas em redes sociais. “Há, com certeza, momentos para revelar segredos e cada vez mais pessoas deveriam ter consciência da informação que partilham sobre si próprias, mas isso não significa que a privacidade deva ser invadida apenas porque as ferramentas estão facilmente disponíveis”³ (Whitehouse, 2010, p. 324). Em certos casos, todavia, outros critérios entram na equação. Quando, em 2018, o *Daily Star on Sunday* noticiou que um adolescente fez ameaças a muçulmanos, através de um post no Facebook enquadrado numa imagem na qual eram visíveis armas e bandeiras nazis, a Independent Press Standards Organisation (IPSO) reconheceu o excecional interesse público da reprodução da imagem. Na ótica do regulador britânico, preocupações de segurança, associadas ao discurso de ódio e à capacidade para aceder a armas, tornavam justificável a intrusão na privacidade do menor (IPSO, 2018).

A percepção de que as agressões mediáticas sobre os mais jovens podem produzir efeitos devastadores está amplamente demonstrada. Não preservar o anonimato de menores delinquentes tende a afetar sua recuperação. Identificar, ainda que indiretamente, uma criança violada por um familiar não constitui apenas devassa da intimidade da vida privada; causa uma dupla vitimização. Como sublinha Mackay (2008), a identificação não afeta apenas a privacidade; pode contribuir para a estigmatização dos jovens ou para que sejam descobertos por predadores ou familiares afastados.

A atitude dos jornalistas acerca da identificação carece de uniformidade, como revelam diversas investigações (Elliott, 1990; Mackay, 2008; Silvestre &

¹ No original: “Where should society draw the moral line between society’s need (and right) to know and the individual’s need (and right) not to reveal?”. Esta e demais traduções, do autor.

² No original: “Leaving individual journalists responsible for responding to situations as they arise is clearly not enough”.

³ No original: “Certainly there are times to expose secrets and more individuals should become aware about the information they share about themselves, but that does not mean privacy should be invaded simply because the tools are easily available”.

⁴No original: “Journalists need to know if their good intentions are reflected in their practices or not”.

Ferreira, 2013). Suspeita-se mesmo que as profissões de fé no respeito pela privacidade nem sempre são autênticas. “Os jornalistas precisam de saber se as suas boas intenções se refletem ou não nas suas práticas”⁴, concluiu Coleman (2011, p. 258), em um estudo no qual participaram 99 profissionais norte-americanos. A maior parte proclamou respeito por princípios éticos, mas, quando instados a fazer opções quanto à publicação de fotografias de situações delicadas, como consumo de drogas, não adotaram para as crianças critérios diferentes dos seguidos com adultos. Não faltam recomendações nesse plano: o Fundo das Nações Unidas para a Infância ([Unicef], 2018) admite que, em determinadas circunstâncias, a identificação pode corresponder ao interesse da criança – por exemplo, se integrada a um programa de ativismo social; a Accountable Journalism (2016) alerta para o risco de exposição a represálias.

“Não identificar crianças e usar da máxima prudência ao entrevistá-las são restrições ao exercício profissional que não isentam os jornalistas de assegurarem que, em determinadas circunstâncias, elas são o sujeito da notícia – com rosto e direito a serem ouvidas” (Martins, 2014, p. 178). Em última instância, a atitude é imposta pelas circunstâncias. “Falar com crianças exige tempo para ir aos sítios, para quebrar o gelo, para ouvir. Não dá para entrevistá-las por telefone ou por correio eletrônico”, escreveu a jornalista portuguesa Ana Cristina Pereira (2018), a propósito da história de um homem que, após uma separação, educara a filha sozinho, assumindo uma relação homossexual. Omitiu a identidade de ambos: “Nem precisámos de falar um com o outro [o fotojornalista] para perceber que, naquele caso, teríamos de o fazer”.

CÓDIGOS E PRÁTICAS PROFISSIONAIS

O primeiro estudo transversal sobre padrões de conduta jornalística em assuntos relacionados a crianças, publicado em 1977 pela Federação Internacional de Jornalistas (FIJ), detetou insuficiências e omissões, tendo concluído que

a resolução do problema de falhas comuns no reconhecimento dos direitos humanos das crianças está fora do âmbito da maioria dos sistemas de regulação dos meios de comunicação social e só pode ser resolvida através da educação, do diálogo e de outras estratégias colaborativas.⁵ (FIJ, 1977, p. 17)

⁵No original: “tackling the issue of general failures to acknowledge the human rights of children falls outside the scope of most systems of media regulation, and can only be resolved through education, dialogue and other collaborative strategies”.

A questão é ignorada em documentos históricos, como a Declaração de Bordéus (1954) e a Declaração de Direitos e Deveres dos Jornalistas, conhecida como Carta de Munique (1971) (*Appendix III*, 2021).

Poucos códigos se dedicam exclusivamente à cobertura de eventos dessa natureza. A italiana Carta de Treviso, aprovada em 1990 e hoje incorporada

no Texto Único dos Deveres do Jornalista, subordina o tratamento jornalístico ao superior interesse da criança, que se sobrepõe a todos os outros interesses. Entre as normas previstas, figura o anonimato, quando estão em causa fatos prejudiciais para sua personalidade, ainda que sem relevância criminal (Ordine dei Giornalisti, 2016).

A FIJ criou, em 2002, um guia para a cobertura de assuntos envolvendo crianças. O guia rejeita apresentações sensacionalistas e reúne regras básicas: minimizar eventuais danos decorrentes da publicação de material, proteger a identificação visual, exceto por interesse público, usar métodos justos, abertos e diretos para obter fotografias.

Algumas dessas orientações estão vertidas no *Código de Ética: Cobertura Informativa sobre Temas de Niñez y Adolescencia*, da Nicarágua, que recomenda o respeito pelo direito da criança a não participar em reportagens contra a sua vontade (Colegio de Periodistas de Nicaragua, 2005). O *Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia* (Radiotelevisión Española [RTVE], s.d.), da Espanha, determina proteção reforçada. O *Code of Conduct-Safeguarding*, da britânica BBC (2021), enuncia apenas dez regras, entre as quais tratar crianças e jovens de forma justa e sem preconceitos ou discriminações.

Diversos estudos acadêmicos sobre instrumentos de monitorização dos media (Fidalgo et al., 2022; Himelboim & Limor, 2008; Thomass et al. 2022) deixam de fora o tema. Os que o abordam, no âmbito da análise a códigos deontológicos, assentam essencialmente em dois eixos, que não são antagônicos: proteção dos menores ou criação de condições para uma maior participação nos órgãos de comunicação, com vistas a seu empoderamento, enquanto participantes ativos no debate público.

A partir da problemática da privacidade, Christofolletti e Gaia (2018) apontam um conjunto de recomendações de conduta, em parte coincidentes com as identificadas nesta investigação. Christofolletti et al. (2021) enquadram a questão no princípio da transparência, aludindo, de passagem, à atitude do jornalista no contato com menores que possam não ter consciência da repercussão de suas declarações, bem como à reprodução de conteúdos por eles disponibilizados em ambiente digital, também mencionada por Díaz-Campo e Segado-Boj (2015). Abertamente críticos, Himma-Kadakas e Tenor (2023) sustentam que a maioria dos documentos (suecos e estônios) objeto de sua pesquisa consagram uma exclusão injustificada dos jovens. Carecem de atualização, por darem prioridade à proteção, secundarizando a representação e a liberdade de expressão.

Para Aldridge e Cross (2008, p. 212), “o fato de crianças e jovens não serem vistos como agentes sociais competentes pelos jornalistas, editores e produtores de notícias reflete-se, de uma forma mais geral, no ‘desaparecimento’ dos pontos

⁶No original: “the fact that children and young people are not seen as competent social agents by journalists, news editors and producers is reflected more broadly in the ‘disappearance’ of childhood thesis”.

⁷No original: “educating the public on the reasons behind it, giving it a profile and ensuring that society at large has collective responsibility to deal with the issue”.

⁸James Bulger, de 2 anos, foi assassinado por dois rapazes, ambos de 10, e teria sido espancado até a morte. Os dois homicidas foram os mais jovens condenados na história da Justiça inglesa moderna. Encarcerados até a maioridade, passaram ao regime de liberdade condicional por tempo indeterminado, com novas identidades (Asquith, 1996).

⁹No original: “How do you feel now, you little bastards?”.

¹⁰No original: “Bulger killers must rot jail for life”.

¹¹No original: “If these extraordinarily powerful images of a dead Syrian child washed up on a beach don’t change Europe’s attitude to refugees, what will?”.

de vista da infância”⁶. Os meios de comunicação têm um papel muito importante na informação sobre o abuso de crianças, “educando o público sobre as razões que lhe são subjacentes, dando-lhe um perfil e assegurando que a sociedade em geral tem a responsabilidade coletiva de lidar com a questão”⁷ (Reid, 2002, p. 140). Porém, quando a cobertura cede à emoção e à dramatização, os media também podem provocar sentimentos de medo, culpa e desconfiança nas crianças (Ayre, 2001).

A questão da reserva da identidade também tem motivado reflexão. Perante situações criminais, Tompkins (2002) formula um conjunto de perguntas, que o jornalista deve colocar a si próprio, como saber se o público precisa de conhecer a identidade dos menores e que dano lhes pode causar. A propósito do caso Bulger, ocorrido em 1993 na Inglaterra⁸, Aldridge e Cross (2008) lembraram que a publicação de fotografias dos perpetradores alimentou o clima de condenação pública. O *Daily Star* tituló: “Como é que se sentem agora, seus pequenos malandros”⁹ (Aldridge & Cross, 2008, p. 18). *The Sun* promoveu uma petição com uma exigência: “Os assassinos de Bulger devem apodrecer na cadeia para o resto da vida”¹⁰ (Aldridge & Cross, 2008, pp. 18-19).

A exibição de crianças pelos media pode despertar consciências, como reconheceu o organismo francês Observatoire de la Déontologie de l’Information (2017) a propósito das fotografias do menino sírio encontrado morto numa praia em 2015. Uma mostrava o corpo na areia; a outra, o corpo a ser transportado por um policial. A BBC divulgou esta, integrada num vídeo de enquadramento da notícia. O diário português *Público*, que escolheu a mais chocante, confrontou argumentos. De um lado, a violência da imagem ou o respeito pela dignidade da criança; do outro, algumas perguntas: “Não é igualmente doloroso ler sobre estas tragédias? Na escrita, não escondemos a realidade . . . Por que é que na imagem usamos critérios diferentes?” (“Porque publicamos”, 2015). Tendo feito a mesma escolha, *The Independent* interrogou: “Se estas imagens extraordinariamente poderosas de uma criança síria morta numa praia não mudarem a atitude da Europa em relação aos refugiados, o que mudará?”¹¹ (Withnall, 2015). As imagens mudaram, de fato, a percepção da opinião pública quanto aos refugiados.

O recurso a menores como fontes noticiosas origina, frequentemente, dilemas éticos. Além da fiabilidade das informações, há aspectos mais sensíveis a serem considerados: esses indivíduos são capazes de avaliar o impacto de suas declarações ou de determinar que informações devem reservar para si? Que impacto percebem da sua participação em reportagens? No caso das crianças, em que medida confundem realidade com fantasia?

O posicionamento dos jornalistas não é menos complexo. A partir de entrevistas com 21 profissionais portugueses e brasileiros, Marôpo (2015, p. 13)

concluiu que “não se sentem preparados para entrevistar crianças e têm dúvidas sobre as circunstâncias em que podem e devem ouvi-las. Sentem-se ao mesmo tempo criticados por exibir as imagens e identidades das crianças e por não lhes dar voz”. McBride (2003) expôs suas perplexidades, enquanto jovem jornalista: “pensava que era impossível escrever sobre crianças, sobretudo porque são muito difíceis de citar. Dão respostas de uma só palavra e dizem frases sem sentido”¹². Superados os preconceitos, reconheceu: “numa criança, encontramos a oportunidade de suspender o juízo de valor e a culpa”¹³.

Diversas organizações conceberam guias de boas práticas de entrevista a crianças. O Media Monitoring Africa (2011) apresenta ao jornalista uma recomendação elementar: não faça promessas que não pode cumprir, nem recorra a subornos. Além de salientar que o tempo de entrevista deve ser adequado à idade, o Dart Center for Journalism & Trauma (2013) desaconselha perguntas que induzam culpa e entrevistas em cenários de crime ou desastre, argumentando que as crianças em choque precisam de apoio, não questionamentos. Teichroeb (2009), para quem os menores de 13 anos não devem ser fontes de informações factuais detalhadas, atribui ao jornalista a responsabilidade de esclarecer as vítimas de tragédias quanto às consequências da revelação de sua identidade. O fato de uma vítima aceitar ser identificada não dispensa o jornalista de avaliar o que pode acontecer se o fizer. “Pode haver várias circunstâncias em que o dano potencial é superior ao benefício”¹⁴ (Teichroeb, 2009).

A perturbação das crianças é uma das preocupações da Unicef, que aconselha: “tente garantir que as crianças estão confortáveis e aptas a contar a sua história sem pressão exterior, inclusive do entrevistador”¹⁵ (Unicef, 2019). A organização pronuncia-se sobre o consentimento informado, que implica explicar os objetivos da entrevista e o uso pretendido. De acordo com a Accountable Journalism (2016), para entrevistas e recolha de imagens, deve ser obtida permissão das crianças ou de quem é responsável por elas, formulando o pedido na sua língua. Se possível, a permissão deve ser por escrito.

¹²No original: “I thought children were impossible to write about, mainly because they are so hard to quote. They speak in one-word answers and nonsense sentences”.

¹³No original: “in a child we find the opportunity to suspend judgment and blame”.

¹⁴No original: “There may be circumstances where the potential harm is greater than the benefit”.

¹⁵No original: “Try to make certain that children are comfortable and able to tell their story without outside pressure, including from the interviewer”.

MATERIAL E METODOLOGIA

Este estudo desenvolve-se a partir de duas questões de pesquisa:

1. Quais os valores e princípios que os códigos de ética e de deontologia jornalística estabelecem como devendo ser considerados na cobertura mediática de acontecimentos envolvendo cidadãos menores de idade ou no momento da decisão editorial acerca da difusão?
2. Quais condutas profissionais os códigos recomendam para essas circunstâncias?

Com recurso à técnica de análise de conteúdo (Bryman, 2012), que visa concretizar uma metodologia simultaneamente quantitativa e qualitativa, estabelece-se como objetivo a identificação de padrões.

O corpus da análise de conteúdo incide nas versões consultadas em 24 e 25 de setembro de 2023 de 200 instrumentos ético-deontológicos. A amostra não probabilística, sem pretensão de extrapolar resultados para o universo, reúne 80 documentos europeus, 49 do continente americano, 32 asiáticos, 28 africanos e 8 da Oceania, além de quatro criados por organismos supranacionais (FIJ, Frontline Freelance Register, Fotógrafos sem Fronteiras e Associação de Trabalhadores Caribenhos dos Meios de Comunicação), selecionados de acordo com dois critérios:

1. Representatividade geográfica, tomando em consideração os sistemas mediáticos em que se inserem; e
2. Diversidade de âmbito, isto é, de alcance nacional ou circunscritos a órgãos de comunicação, dos setores estatal ou privado, de imprensa, televisão, rádio e plataformas digitais; provenientes de entidades de regulação ou de autorregulação.

O objetivo é analisar instrumentos ético-deontológicos inseridos em diferentes contextos políticos, econômicos e sociais. Enquanto os Estados Unidos da América (EUA) privilegiam códigos adotados por órgãos de comunicação, alguns países da América Latina dispõem de ordens profissionais e os africanos seguem, em regra, os modelos das antigas potências coloniais. Na Europa e em países asiáticos, os códigos de âmbito nacional, muitos dos quais foram criados por conselhos de imprensa, coabitam com os de diversos media, que sendo internos acolhem, por vezes, outros – é o caso do grupo *Le Monde* em relação à Carta de Munique.

A análise de conteúdo foi concebida a partir da leitura exploratória do corpus, que integra normas quanto à conduta dos jornalistas. Cada código foi sistematizado em termos de um número de recomendações sobre o assunto. A matriz da análise de conteúdo baseia-se em categorias associadas às fases essenciais da atividade jornalística – recolha e difusão de informação – em casos que envolvem menores.

A primeira categoria compreende as subcategorias *recolha de informação*, *recolha de imagens* e *recolha de sons*, além de *condições de realização de entrevistas*. A segunda desdobra-se nas subcategorias *difusão em geral*, *difusão de informações ou declarações*, *difusão de imagens* e *identificação*. Foram estabelecidos indicadores comuns às subcategorias: *referências genéricas*, *inibição absoluta*, *autorização prévia em regra* (de pais ou responsáveis legais), *consentimento em determinadas condições ou circunstâncias*, *invocação do interesse*

público, invocação do bem-estar/proteção do menor, invocação da proteção da privacidade e avaliação de dano. A subcategoria relacionada a entrevistas não inclui os indicadores relativos ao consentimento, uma vez que são integrados na recolha de informações.

Análise global

Dos 200 códigos analisados, 128 (64%) fazem referências diretas à cobertura noticiosa de menores. A lista dos 72 omissos na matéria integra nove franceses, sete norte-americanos (incluindo jornais como *The New York Times* e *The Washington Post*), quatro dos cinco códigos brasileiros e o código da FIJ, mas apenas um dos oito do Reino Unido.

Alguns códigos apresentam (Tabela 1), simultaneamente, referências diretas e indiretas – neste caso, 30 no domínio da privacidade e 58 no da não-discriminação (26 reportam-se a todo o tipo de discriminação e 32 aludem à idade). São 73 os códigos que incluem uma parte, artigo ou capítulo específicos sobre crianças e/ou jovens. Os do Conselho de Imprensa da Índia (PCI) e da Associação de Editores Digitais (Grécia) apresentam-se mais detalhados, mas não deve ignorar-se que a Carta de Treviso faz parte do Texto Único (Itália) e que a BBC e o Raidió Teilifís Éireann (RTÉ), irlandês, dispõem de documentos reguladores da política de proteção da criança, que foram tomados em consideração na presente pesquisa.

Os menores surgem em 15 códigos, mencionados em partes que também contemplam outros cidadãos, como vítimas de violência ou crime. Em sete, o tratamento é equivalente ao de pessoas com capacidades limitadas, doenças graves, necessidades especiais ou vulneráveis. Sublinhe-se que 28 códigos aludem, explicitamente, à vulnerabilidade ou fragilidade de crianças e jovens.

Tabela 1
Análise global

Referências:	
Diretas à cobertura de menores	128
A menores em partes sobre privacidade	29
Gerais a não discriminação	58
A não discriminação etária	32
A vulnerabilidade ou fragilidade	28
Partes:	
Específicas sobre cobertura de menores	73
Sobre menores e outros cidadãos	15

É apontado algum tipo de dano potencial (Tabela 2) causado a menores, justificativo de avaliação por parte dos jornalistas, em 99 códigos (77,3% dos que abordam a cobertura mediática desses cidadãos).

Tabela 2

Análise transversal de indicadores

Referências genéricas		50
Inibição absoluta		2
Autorização	Prévia em regra	33
	Em determinadas condições ou circunstâncias	36
Invocação	Interesse público	33
	Bem-estar/proteção do menor	26
	Proteção da privacidade	26
Avaliação de dano		99

Todos estão presentes na categoria *difusão* e 31 também na categoria *recolha*. A questão está ligada à subcategoria *identificação* em 85 códigos.

Tabela 3

Análise por categorias, subcategorias e indicadores

Categorias	Subcategorias	Indicadores							
		Referências genéricas	Inibição absoluta	Autorização		Invocação			Avaliação de dano
				Prévia em regra	Determinadas condições ou circunstâncias	Interesse público	Bem-estar/proteção do menor	Proteção da privacidade	
Recolha	Recolha de informações	25	0	24	23	7	17	5	11
	Condições de realização de entrevistas	7	n.a.	n.a.	n.a.	0	1	1	20
	Recolha de imagens	9	0	14	14	5	15	3	5
	Recolha de sons	2	0	1	3	1	1	1	1
Difusão	Difusão em geral	21	0	0	2	6	2	11	29
	Difusão de informações ou declarações	4	0	3	3	4	2	4	7
	Difusão de imagens	5	2	4	6	4	4	6	24
	Identificação	3	2	3	17	12	5	5	85

Nota. Os valores apresentados correspondem ao número de códigos em cada indicador. O mesmo código pode integrar-se em vários indicadores.

Interesse público e proteção

O interesse público é associado à cobertura noticiosa de menores em 33 códigos. Assumindo maior relevância na *identificação* (12), o princípio é invocado pela RTÉ em todas as subcategorias de difusão e está inscrito no código do Conselho de Imprensa da África do Sul para fundamentar a recolha de informações e imagens, mas também a identificação.

Em três códigos britânicos (da IPSO e dos jornais *The Guardian* e *The Independent*), bem como no da Comissão de Meios de Comunicação das Seicheles, só um excecional interesse público pode sobrepor-se ao interesse primordial da criança. *The Guardian* exige robusta fundamentação para intrusões significativas na vida privada de crianças sem sua compreensão e consentimento. As orientações editoriais da BBC condicionam a uma forte justificação editorial a difusão de material relacionado com a identidade de menores de 18 anos como réus, antes do início do processo judicial.

O interesse da criança é expressamente mencionado em 17 códigos. O Texto Único (através da Carta de Treviso) atribui-lhe a condição de interesse superior, ao qual todos os outros devem subordinar-se. Os Princípios da Carta Georgiana de Ética Jornalística vinculam os profissionais ao respeito pelos direitos das crianças, devendo inibir-se de preparar ou publicar reportagens que possam prejudicá-los.

A autorização de pais ou responsáveis legais para o contato ou o tratamento noticioso é pertinente nesse domínio. O Conselho de Imprensa da Moldávia protege a identidade em eventos com conotações negativas, ainda que sejam apenas testemunhas. No entanto, se o jornalista considerar que é mais favorável à criança, admite que a regra seja ignorada, com ou sem o consentimento alheio. O Fórum dos Editores da Namíbia condiciona a identificação de sobreviventes de raptos e violência de gênero, vítimas de abuso ou exploração, soropositivos e acusados ou condenados por crimes à permissão dos próprios, uma vez reconhecido que há evidente interesse público e que a opção corresponde ao interesse das crianças.

O PCI apresenta um conjunto de situações nas quais é do melhor interesse da criança a identificação, desde que verificado o rigor das afirmações e acautelados riscos, como de estigmatização: “a. Quando a criança contacta o repórter com o intuito de exercer o seu direito à liberdade de expressão e o seu direito a ter a sua opinião ouvida; b. Quando a criança faz parte de um programa sustentado de ativismo ou mobilização social e pretende ser identificada; c. Quando a criança está envolvida num programa psicossocial e afirma que o seu nome e identidade fazem parte do seu desenvolvimento saudável”¹⁶ (Press Council of India, 2022, p. 117). O direito de crianças e jovens à liberdade de expressão e a

¹⁶No original: “a. When a child initiates contact with the reporter wanting to exercise their right to freedom of expression and their right to have their opinion heard; b. When a child is part of a sustained programme of activism or social mobilization and wants to be so identified; c. When a child is engaged in a psychosocial programme and claiming their name and identity is part of their healthy development”.

¹⁷No original: “Their realities and concerns cannot be fully reflected without being heard in our reporting”.

serem ouvidos também figura nos códigos da BBC, RTÉ, CBC News, Bulgária, Albânia, Azerbaijão, El Salvador e Uruguai. A CBC News é taxativa: “As suas realidades e preocupações não podem ser refletidas de forma completa sem serem ouvidas nas nossas reportagens”¹⁷ (CBC News, 2023, para. 1).

A referência à Convenção sobre os Direitos da Criança é feita diretamente em 10 códigos – da Albânia, Bósnia e Herzegovina, Montenegro, Chipre, Uruguai, El Salvador, México (Câmara Nacional da Indústria de Rádio e Televisão [CIRT]), Grécia (Associação de Editores Digitais), *The Guardian* e New Zealand Media and Entertainment – e indiretamente em três: da Federação Pan-Helénica de Sindicatos de Jornalistas (Grécia), Antena 3 Televisión (Espanha) e Ordem dos Jornalistas (Itália).

O respeito pela decisão dos menores acerca de seu envolvimento em reportagens é mencionado em apenas 15 códigos. No armênio, diz respeito a todas as entrevistas, gravações de vídeo e/ou fotografias documentais. O código de El Salvador deixa claro que o jornalista não pode divulgar, expor ou usar a imagem de menores contra sua vontade.

Entre os códigos que invocam a proteção de menores, é comum a previsão de restrições para torná-la efetiva. Entrevistas sobre questões relacionadas com o seu bem-estar carecem da presença de pais ou responsáveis, à luz do código da Albânia. O jornal português *Expresso* adota a regra em assuntos relacionados à personalidade do entrevistado ou de outros menores. Para o código croata, é inaceitável entrevistar ou fotografar um menor, mesmo com consentimento, se tais práticas puserem em perigo o seu bem-estar.

Privacidade

A referência a crianças e jovens em partes sobre proteção da privacidade, esfera íntima ou direitos individuais surge em 29 códigos. O princípio não é, portanto, frequentemente invocado, atingindo no máximo 11 códigos (na subcategoria *difusão em geral*). São 23 os códigos que aludem à privacidade em partes relacionadas com menores. A defesa desse direito tem prioridade sobre o valor noticioso no código austríaco, um dos nove que subordinam a abordagem de matérias privadas à verificação de interesse público.

As orientações editoriais da BBC associam a legítima expectativa de privacidade à cobertura mediática de menores. O conceito envolve um conjunto de fatores – como lugar do acontecimento e natureza da informação – para fundamentar a decisão editorial de tratar assuntos privados. Daí que a responsabilidade para avaliar propostas de revelação de informações pessoais de menores sem seu consentimento deve ser atribuída ao editor sênior. *The Independent*

segue idêntica perspectiva: “Ainda que a informação ou as imagens não venham diretamente da própria criança . . . devemos ponderar se o uso sem permissão pode violar a sua privacidade”¹⁸ (The Independent, 2012, para. 62). O código do regulador britânico Office of Communication (Ofcom) é um dos oito que exclui o estatuto, fama ou notoriedade da família ou dos responsáveis legais como justificativa para abordar a privacidade. Esse grupo inclui alguns códigos do Reino Unido – ou influenciados por sua cultura, como o das Seychelles – mas também o do Sri Lanka, que salvaguarda a possibilidade de um excepcional interesse público se sobrepor.

¹⁸No original: “Even if the information or pictures have not come directly from the child him or herself . . . , we should consider whether their use without permission might infringe their privacy.”

A invasão da privacidade propiciada pelas redes sociais digitais é tomada em consideração por seis códigos. A Associação Canadiana de Jornalistas alerta para o risco de os menores não compreenderem a natureza pública das suas publicações. A CBC News compromete-se a não fornecer informações suscetíveis de os identificar, para evitar que fiquem expostos a predadores online. O Conselho de Comunicação Social da Finlândia faz notar que a disponibilidade pública de informações não implica, necessariamente, livre divulgação. Se exibem crianças, os chamados *used generated contents* (conteúdos gerados pelo utilizador) merecem a atenção da *France-Presse*: para publicar, a agência exige, tal como noutras circunstâncias, autorização por escrito, exceto em situações de guerras ou desastres.

Dano potencial

“Deve mostrar compaixão por aqueles que podem ser afetados pela cobertura noticiosa. Redobre a sensibilidade ao lidar com jovens, vítimas de crimes sexuais e fontes ou indivíduos inexperientes ou incapazes de dar consentimento”¹⁹ (Society of Professional Journalists, 2014, para. 26). O conselho ao jornalista, vertido no Código de Ética da Sociedade de Jornalistas Profissionais (EUA), revela o cuidado especial que o contato com menores reclama, atento o dano que a própria cobertura pode causar. A problemática é suscitada em 32 códigos. A Associação dos Meios de Comunicação da Turquia, cujo código é o único que menciona jornalistas de imagem, recomenda sensibilidade ao captar ou utilizar fotos ou vídeos de vítimas de crimes ou eventos traumáticos. A palavra sensibilidade é, aliás, muito comum nos códigos.

¹⁹No original: “Shall show compassion for those who may be affected by news coverage. Use heightened sensitivity when dealing with juveniles, victims of sex crimes, and sources or subjects who are inexperienced or unable to give consent”.

A questão das consequências da recolha de informações, mesmo que não sejam tornadas públicas, é abordada pela Associação de Rádios e Televisões Noticiosas Digitais (EUA). Códigos de origens diferentes – nicaraguense, armênio, albanês, eslovaco – incluem disposições acerca do contato com menores enquanto fontes de informação, seja sublinhando que nem sempre sabem lidar

²⁰No original: "If there is any chance that coverage might cause harm of any kind to a child".

com os media ou são capazes de compreender os efeitos das suas declarações, seja a propósito da proteção dos seus interesses. O Conselho de Imprensa alemão adverte que os jornalistas não devem aproveitar-se da fragilidade de pessoas que não estão na posse de todas as faculdades, incluindo crianças. Os códigos sul-africano e namibiano partilham a mesma frase: "Se existe alguma possibilidade de a cobertura causar dano de algum tipo a uma criança"²⁰ (Press Council of South Africa, 2018, para. 18) o contato ou a identificação só podem ocorrer com consentimento, também da própria, avaliada sua capacidade.

A salvaguarda do desenvolvimento futuro, prevenindo o impacto da cobertura noticiosa na personalidade, é uma preocupação manifestada em poucos códigos. O Texto Único (Carta de Treviso) é o código que mais valoriza o anonimato, que só não é imposto se se tratar de dar ênfase positiva à criança e/ou ao seu contexto familiar e social. Vários documentos éticos recomendam cuidados em reportagens sobre má conduta, crimes cometidos por jovens, investigações e processos judiciais ou quanto à revelação de fatos prejudiciais ou com conotação negativa. As orientações editoriais da BBC estabelecem que o conselheiro do departamento para o trabalho com crianças deve pronunciar-se, caso se suspeite que os menores podem estar em risco. O Conselho de Imprensa da Sérvia entrega a decisão ao jornalista, que deve garantir que a criança não é posta em perigo devido à publicação do seu nome, fotografia ou gravação com sua imagem, casa, comunidade em que vive ou ambientes passíveis de serem reconhecidos.

Poucos códigos fazem referência a estigmatizações e estereótipos ou à eventualidade de causar medo, sofrimento ou tristeza. O jornal equatoriano *El Comercio* e a mexicana CIRT encorajam os jornalistas a abster-se de incitar à imitação de comportamentos perigosos. O Texto Único, um dos quatro códigos que aludem a menores na cobertura de suicídios, não autoriza que seja dado relevo a pormenores do ato.

Consentimento

Entre as condutas prescritas nos códigos, a enunciada pelo indicador *inibição absoluta* é residual. Só está prevista nos do Benim e do Togo, nas categorias de *difusão de imagens e identificação*. Os dois códigos, em vigor desde 2005, foram produzidos por observatórios dos media.

A autorização prévia, como regra geral, é exigida em 32 códigos. Pode ser solicitada aos pais; familiares em geral; tutores ou responsáveis legais; a quem assumir o estatuto de *loco parentis* (expressão latina que significa quem substitui o pai), como referem as orientações editoriais da BBC, ou ao próprio menor.

Situação mais comum é o consentimento subordinado a determinadas condições ou circunstâncias, que surge em 36 códigos. As reportagens de crimes são predominantes nesse indicador, mas estão também em causa outras situações. A cobertura em contexto escolar é regulada em 22 códigos, determinando a intervenção dos responsáveis do estabelecimento, além da família ou de quem detém autoridade sobre os estudantes.

Quatro códigos das ilhas britânicas (do RTÉ, Ofcom, *The Guardian* e as orientações editoriais da BBC) e os do Zimbábue e de Essuatíni, referem o consentimento informado, inclusive do menor. Indiretamente, o consentimento informado também está inscrito nos códigos uruguaio e armênio – este salienta que “a permissão deve ser obtida em circunstâncias que garantam que a criança e o seu tutor não são de forma alguma coagidos e entendem que fazem parte de uma história que pode ser disseminada local e globalmente”²¹ (Yerevan Press Club, 2021, p. 4).

“As crianças e os jovens estão muitas vezes ansiosos por contribuir para a nossa produção, mas a muitos deles falta o discernimento necessário para avaliar o impacto que isso poderá ter nas suas vidas a longo prazo. Os pais podem também não compreender todas as implicações da participação dos seus filhos”²², salienta a BBC (2019, p. 185). De acordo com o código do RTÉ (2020), qualquer proposta para manter a participação de uma criança após a recusa de consentimento pelos pais, ou na ausência dele, deve ser encaminhada para o diretor competente, a quem cabe avaliar se o envolvimento: (i) é justificado pelo interesse público; (ii) pode ser conseguido de forma não prejudicial para o bem-estar da criança; e (iii) em todas as circunstâncias, se a participação é apropriada para ela.

Relativamente a vítimas do vírus da imunodeficiência humana (HIV), uma preocupação comum, o Conselho de Imprensa da Índia e a Associação Nacional de Jornalistas de Essuatíni convergem: “Devem ser comunicados o objetivo da entrevista ou fotografia, o contexto em que podem ser utilizadas e as implicações potenciais para o indivíduo, a sua família e as suas crianças”²³, sempre que possível na língua do interlocutor, nota o código de Essuatíni (Swaziland National Association of Journalists, 2005).

Dez dos 14 códigos que recomendam a obtenção de consentimento para a recolha de imagens – a maioria africanos e asiáticos – também o fazem para recolha de informação. Só o Conselho de Imprensa do Nepal impõe a proibição absoluta de entrevistar ou fotografar sem autorização. De acordo com o código tanzaniano, sem permissão ou diante de recusa, o contato tem de fundamentar-se em interesse público dominante. O consentimento escrito, se possível e apropriado, é admitido pela *France-Presse* e pelo Clube de Imprensa Armênio.

²¹No original: “permission must be obtained in circumstances that ensure that the child and guardian are not coerced in any way and that they understand that they are part of a story that might be disseminated locally and globally”.

²²No original: “Children and young people are often eager to contribute to our output, but many lack the judgement necessary to assess the longer-term impact it could have on their lives. Parents may also not understand the full implications of their child taking part”.

²³No original: “The purpose of the interview or photograph and the context in which these may be utilized and the potential ramifications for the individual, their family and their children shall be stated”.

Não há casos de disposições específicas sobre recolha de sons – as poucas detectáveis nessa subcategoria são quase sempre comuns à recolha de informação e/ou à recolha de imagens. Duas exceções: o código do RTÉ desautoriza filmagens de crianças em ambiente escolar, sem consentimento do diretor do estabelecimento de ensino e dos pais; só o da Armênia impõe o consentimento prévio como regra.

A criação da subcategoria *condições de realização de entrevistas* visou analisar o tipo de restrições previstas especificamente para esse exercício. Daí que os indicadores sobre consentimento não integram a subcategoria, que inclui 24, a maioria dos quais procede, de algum modo, à avaliação do dano. Dez códigos sustentam que não devem ser abordados assuntos suscetíveis de ultrapassar a compreensão dos menores, sobretudo devido à falta de experiência para compreenderem as consequências de suas declarações ou a falta de preparação para falarem a órgãos de comunicação. O código lituano nota que as perguntas devem ser cuidadosamente colocadas e adequar-se à idade; o tanzaniano rejeita o abuso de credulidade ou confiança.

A condição dos entrevistados é frequentemente tida em conta. Tratando-se de crianças soropositivas, o PCI alerta para a possibilidade de não terem consciência desse estatuto, o que exige verificação prévia, para evitar que as perguntas sejam percebidas como intrusivas ou insensíveis. Impedir que a entrevista reative a dor causada por eventos passados é um cuidado presente em alguns códigos. Sobre vítimas de trauma e crianças-soldados, a Reuters alerta que “a descrição do sofrimento de uma criança pode ser suficiente para transmitir o drama”²⁴ (Reuters, 2008, p. 555), pelo que o contato direto só se justifica se for crucial para a história. O que importa é evitar expor um menor a danos.

O risco de certas perguntas ou comentários serem interpretados como um julgamento, ignorarem os valores culturais dos menores, porem-nos em perigo ou expostos a humilhação é suscitado pela Associação da Imprensa Uruguaia. O código do Conselho de Comunicação Social da Papua Nova Guiné – único que invoca o bem-estar na realização de entrevistas – procura acautelar a abordagem de assuntos passíveis de terem efeitos legais ou morais.

Reserva da identidade

A subcategoria *identificação* – na qual se inscreve o anonimato, o mais eficaz meio de proteção de protagonistas de notícias e reportagens – é a que atinge valores mais elevados: inclui 89 códigos. Só três fazem depender a identificação de consentimento prévio: do Conselho de Deontologia Jornalística (Bélgica), do grupo Independent Online (África do Sul) e da Associação Croata de Jornalistas,

²⁴No original: “the description of the suffering of children may suffice to convey the drama”.

que impõe ainda, como condições para revelar a identidade, o interesse público e a ausência de perigo para o bem-estar. Em 17 casos, o consentimento é exigido em determinadas condições ou circunstâncias, a maior parte das quais relacionadas com a abordagem de crime. Porém, mesmo com permissão, a NRC (Países Baixos) atribui ao jornalista a decisão quanto à publicação de fotografias com crianças (reconhecíveis) sobre temas controversos.

Ascende a 78 o número de códigos, todos incluídos no indicador *avaliação de dano*, que situa a problemática do anonimato no campo da cobertura de casos criminais ou de justiça. Desses, 51 restringem a identificação de menores, sejam autores, suspeitos, vítimas ou testemunhas de crimes – 27 fazem referência, exclusiva ou não, a crimes sexuais. Predomina a proteção da identidade de vítimas: presente em 48 códigos, materializa-se em fórmulas como a inibição de divulgar imagens.

Em alguns casos, detecta-se o confronto entre lei e deontologia. “Não divulgues à comunicação social as identidades de crianças menores de idade vítimas ou testemunhas em casos de ofensas sexuais”²⁵, proclama o Centro Cambojano de Comunicação Independente (Cambodian Center for Independent Media, 2020, para. 41), que noutra parte do código parece entrar em contradição: “Não indiques a identidade da vítima de assédio sexual, especialmente se for jovem, a menos que seja legal”²⁶ (Cambodian Center for Independent Media, 2020, para. 56). IPSO e *The Guardian* impedem a identificação de menores (no primeiro caso, de 16 anos; no segundo de 17) em casos de abuso sexual, mesmo que legalmente permitida. A mesma atitude é adotada pelo jornal português *Expresso*. Os códigos da Tanzânia e do Sri Lanka exigem duplo *travão* – a lei e o interesse público. A decisão da *Associated Press* baseia-se em critérios como proteção da segurança pública, gravidade do crime, conhecimento oficial do nome do envolvido e existência de acusação como adulto. O *San Francisco Chronicle* oculta o nome de suspeitos menores de 18 anos, mas também admite exceções, se são julgados como adultos, ajuizadas pelos repórteres em função da natureza das acusações.

No universo lusófono, o *Expresso* limita-se a garantir a identidade rigorosamente protegida de crianças ou adolescentes em conflito com a lei. Os códigos da revista *Visão*, do Sindicato dos Jornalistas de Portugal e das instituições de Cabo Verde e de Angola mencionam a identificação indireta, figurando entre os 28 que apresentam formas de a evitar. O do grupo brasileiro RBS proíbe a exibição do rosto, outras partes do corpo e até roupas – além do nome do indivíduo, mesmo que só as iniciais.

O jornal mexicano *El Universal* propõe o uso de recursos técnicos para garantir o anonimato. Os códigos argentino e uruguaio recusam alcunhas.

²⁵No original: “Do not divulge the identities of children who are under 18 years old and are victims or witnesses in sexual offences to the media”.

²⁶No original: “Do not report the identity of the victim, especially juvenile victim, of sexual harassment, unless it is legal”.

A publicação de informações sobre pais, residência, escola, paróquia ou associação frequentada, mensagens e imagens online que facilitem a identificação não é permitida pelo Texto Único. Tratando-se de crime sexual em ambiente familiar, quatro códigos (da Ofcom, Seychelles, Chipre e Jamaica) proíbem o uso da palavra incesto.

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O fato de 64% dos códigos analisados incluírem referências diretas à cobertura noticiosa de casos envolvendo cidadãos menores de idade é significativo. No entanto, entre os valores e princípios a respeitar, só a *avaliação de dano* atinge um valor elevado: 77,3% dos 128 códigos que abordam a matéria e quase metade do corpus. No que tange às condutas recomendadas, são relativamente comuns as restrições no âmbito da subcategoria identificação, mas pouco expressivas nas restantes. Assim, é legítimo concluir que, embora em geral reconheçam as questões éticas colocadas por esse tipo de cobertura noticiosa (73 reservam-lhe uma parte específica), a maioria dos códigos não contempla instrumentos suscetíveis de assegurar uma efetiva proteção de crianças, adolescentes e jovens.

Destacando-se dos restantes indicadores, a avaliação de dano está presente, sob diversas formas, em 99 códigos. Insere-se em quase todos os casos na categoria *difusão* e em 85 na subcategoria *identificação*, predominantemente ligada a restrições impostas pela abordagem de contextos criminais. A referência a outros domínios de dano potencial, como estigmatização e indução de sentimentos negativos, é residual. O impacto diretamente causado pelos jornalistas, no decurso de reportagens, é enunciado em 32 códigos. Poucos expressam o risco de ser afetada a personalidade ou o desenvolvimento dos menores, o que não significa ausência de proteção, proporcionada pela ocultação da identidade.

A invocação de interesse público, bem-estar e proteção da privacidade atinge registos muito próximos – sempre inferiores a um quarto do número de códigos que se referem a menores. O interesse público, enquanto valor jornalístico, é sobretudo marcante no universo britânico, porque no quadro regulatório da IPSO, que influenciou outros, esse tipo de cobertura faz parte do conjunto de assuntos considerados, à partida, como sendo de interesse público, cuja existência deve ser demonstrada pelos responsáveis editoriais. É notável a quase total ausência de referências, nos 200 códigos analisados, ao interesse das crianças, à convenção internacional que defende seus direitos ou ao respeito pela decisão de autorizarem a sua participação em reportagens.

Entre as condutas prescritas sobre consentimento prévio, os resultados também não são muito expressivos, independentemente da subcategoria, com

exceção da *identificação*. O indicador com valor mais alto – *consentimento em determinadas condições ou circunstâncias*, em 36 códigos – representa 28,1% dos que integram referências.

Espécie de última fronteira de salvaguarda de direitos, a preservação do anonimato constitui a mais relevante das normas consagradas em documentos de ética, porque se destina a proteger indivíduos – no caso dos menores – evitando consequências perniciosas da exposição mediática. Não surpreende, por isso, que 89 códigos (68% dos que abordam esse tipo de cobertura noticiosa) se enquadrem na subcategoria *identificação*.

A análise de conteúdo indicia uma maior propensão de grupos dos media da área audiovisual para inscreverem nos seus códigos regras sobre menores. As orientações editoriais da BBC são particularmente detalhadas, mas a CBC News e o RTÉ também dispensam especial atenção a esse campo de prática jornalística. O que demonstra que a natureza das empresas não é determinante – embora seja provável que o vínculo dos grupos estatais europeus de audiovisual a contratos de serviço público e o controlo de entidades reguladoras sobre os privados influencie a configuração dos dispositivos éticos.

“Não se pode procurar a reparação de falhas jornalísticas e falta de integridade num pedaço de papel; é necessário um diálogo com indivíduos ou organizações para o conseguir”²⁷, notam Fidalgo et al. (2022, p. 226), chamando a atenção para as limitações dos códigos. Idealmente um lugar de confluência de valores com os meios para os efetivar em contexto profissional, não cobrem todas as situações. É perante o caso concreto que repórteres e responsáveis editoriais tomam decisões – tanto mais que, de acordo com a Carta de Munique, os jornalistas não podem ser obrigados a realizar um ato profissional ou a exprimir uma opinião contrária às suas convicções ou consciência (*Appendix III*, 2021). Daí que muitas vezes se confrontem com dúvidas éticas como a referida por Fullerton (2004, p. 512):

²⁷No original: “One cannot seek redress for journalistic shortcomings and lack of integrity in a piece of paper; a dialogue with individuals or organisations is needed to achieve that”.

É difícil saber como é que as crianças se sentem em relação ao que podem dizer numa entrevista. A dinâmica de poder é desigual e elas podem não se sentir capazes de recusar comentar. Além disso, os pais podem ter deixado claro que esperam que o filho ou a filha participem e as crianças sentem-se pressionadas a conformar-se com os desejos dos pais²⁸. ■

²⁸No original: “It is difficult to know how children feel about what they may say in an interview. The power dynamic is unequal and they may not feel able to decline comment. In addition, their parents may have made it clear that they expect their son or daughter to participate and children feel pressure to conform to parental wishes”.

REFERÊNCIAS

Accountable Journalism. (2016, 27 de fevereiro). *Child rights international network: Reporting on children*. <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/child-rights-international-network-reporting-on-children>

- Aldridge, J., & Cross, S. (2008). Young people today: News media, policy and youth justice. *Journal of Children and Media*, 2(3), 203-218. <https://doi.org/10.1080/17482790802327418>
- Appendix III: Declaration of rights and obligations of journalists. (2021, 25 de junho). Reporters sans frontières. <https://training.rsf.org/appendix-iii-declaration-of-rights-and-obligations-of-journalists/>
- Asquith, S. (1996). When children kill children: The search for justice. *Childhood*, 3(1), 99-116. <https://doi.org/10.1177/0907568296003001007>
- Ayre, P. (2001). Child protection and the media: Lessons from the last three decades. *The British Journal of Social Work*, 31(6), 887-901. <https://doi.org/10.1093/bjsw/31.6.887>
- BBC. (2019). *The BBC's editorial standards*. <https://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/pdfs/bbc-editorial-guidelines-whole-document.pdf>
- BBC. (2021). *BBC code of conduct-safeguarding*. <https://www.bbc.co.uk/safeguarding/documents/bbc-code-of-conduct-safeguarding.pdf>
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4a ed.). Oxford University Press.
- Cambodian Center for Independent Media. (2020, 15 de janeiro). *Code of ethics for Cambodian journalists*. https://ccimcambodia.org/?page_id=502
- CBC News. (2023, 5 de março). *Journalistic standards and practices: Children and youth*. <https://cbc.radio-canada.ca/en/vision/governance/journalistic-standards-and-practices/children-and-youth>
- Christofoletti, R., & Gaia, G. O. (2018). Direito e proteção à privacidade em códigos deontológicos de jornalismo. *Media & Jornalismo*, 18(32), 43-54. https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_4
- Christofoletti, R., Paul, D., & Becker, D. (2021). Transparência e ética jornalística: Análise de códigos deontológicos nos maiores mercados de notícia latino-americanos. *Fronteiras*, 23(3), 91-103. <https://doi.org/10.4013/fem.2021.233.08>
- Colegio de Periodistas de Nicaragua. (2005). *Código de ética: Cobertura informativa sobre temas de niñez y adolescencia*. https://bienestaryproteccioninfantil.es/wpfd_file/codigo-de-etica-cobertura-informativa-sobre-temas-de-ninez-y-adolescencia/
- Coleman, R. (2011) Journalists' moral judgment about children. *Journalism Practice*, 5(3), 257-271. <https://doi.org/10.1080/17512786.2010.523588>
- Dart Center for Journalism & Trauma. (2013, 31 de janeiro). *Interviewing children: Guidelines for journalists*. <https://dartcenter.org/content/interviewing-children-guide-for-journalists>
- Díaz-Campo, J., & Segado-Boj, F. (2015). Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the

- internet and ICTs in countries around the world. *Telematics and Informatics*, 32(4), 735-744. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.004>
- Elliott, D. (1990). Suffer the children. Journalists are guilty of child misuse. *FineLine*, 2(2), 1-8.
- Fidalgo, J., Thomass, B., Ruggiero, C., Bomba, M., Sallusti, S., & von Krogh, T. (2022). Ethical codes of conduct in journalism: Demands for a digitalising mediascape. In J. Trappel & T. Tomaz (Eds.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp. 211-230). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855589-10>
- Fullerton, R. S. (2004). Covering kids: Are journalists guilty of exploiting children? *Journalism Studies*, 5(4), 511-524. <https://doi.org/10.1080/14616700412331296437>
- Fundo das Nações Unidas para a Infância. (2018, 22 de janeiro). *Guidelines for journalists reporting on children*. <https://www.unicef.org/eca/media/ethical-guidelines>
- Fundo das Nações Unidas para a Infância. (2019). *UNICEF guidelines for interviewing children*. <https://resourcecentre.savethechildren.net/library/unicef-guidelines-interviewing-children>
- Himmelboim, I., & Limor, Y. (2008). Media perception of freedom of the press: A comparative international analysis of 242 codes of ethics. *Journalism*, 9(3), 235-265. <https://doi.org/10.1177/1464884907089007>
- Himma-Kadakas, M., & Tenor, C. (2023). Children and adolescents as news sources: Research brief on voice and agency of minors in Swedish and Estonian journalistic regulative documents. *Journal of Children and Media*, 17(1), 87-96. <https://doi.org/10.1080/17482798.2022.2127818>
- Hodges, L. (2009). Privacy and the press. In L. Wilkins & C. G. Christians (Eds.), *The handbook of mass media ethics* (pp. 276-287). Routledge.
- Independent Press Standards Organisation. (2018). *Decision of the Complaints Committee 01675-18 A woman v Daily Star on Sunday*. <https://www.ipso.co.uk/rulings/01675-18/>
- International Federation of Journalists. (1997). *Information and child's rights: The challenge of media engagement*. <http://www.mediawise.org.uk/wp-content/uploads/2011/03/Information-Childs-Rights-International-Survey.pdf>
- International Federation of Journalists (2002). *Child rights and the media: Putting children in the right. Guidelines for journalists and media professionals*.
- Mackay, J. B. (2008). Journalist reliance on teens and children. *Journal of Mass Media Ethics*, 23(2), 126-140. <https://doi.org/10.1080/08900520801909269>

- Marôpo, L. (2012). Anjos ou demónios? Crianças, jovens e crimes nos media: Um debate sobre a ética jornalística e os direitos infantis. *Comunicação & Cultura*, (14), 207-225. <https://doi.org/10.34632/comunicacaoecultura.2012.642>
- Marôpo, L. (2015). Crianças como fontes de informação: Um desafio de inclusão para o jornalismo. *Vozes & Diálogo*, 14(2), 5-17.
- Martins, P. (2014). O respeito pela privacidade começa na recolha de informação. *Comunicação e Sociedade*, 25, 169-185. [https://doi.org/10.17231/comsoc.25\(2014\).1867](https://doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1867)
- McBride, K. (2003, 16 de outubro). Beyond puff: Writing about kids. *Poynter*. <https://www.poynter.org/news/beyond-puff-writing-about-kids>
- Media Monitoring Africa. (2011). *Editorial guidelines and principles for reporting on children in the media*. <https://www.comminit.com/global/content/editorial-guidelines-and-principles-reporting-children-media>
- Observatoire de la Déontologie de l'Information. (2017). *Rapport annuel 2017: L'information au coeur de la démocratie*.
- Ordine dei Giornalisti. (2016, 19 de fevereiro). *Allegato 2: Carta di Treviso*. <https://www.odg.it/allegato-2-carta-di-treviso/24290>
- Organização das Nações Unidas. (1989). *Convention on the rights of the child*. <https://www.unicef.org/child-rights-convention/convention-text>
- Pereira, A. C. (2018, 15 de abril). Sobre a participação das crianças nas notícias. *Público*. <https://www.publico.pt/2018/04/15/sociedade/cronica/sobre-a-participacao-das-criancas-nas-noticias-1809956>
- Porque publicamos esta fotografia [Editorial]. (2015, 2 de setembro). *Público*. <https://www.publico.pt/2015/09/02/mundo/noticia/porque-publicamos-esta-fotografia-1706724>
- Press Council of India. (2022). *Norms of journalistic conduct*. <https://presscouncil.nic.in/Norms.aspx>
- Press Council of South Africa. (2018, 3 de dezembro). *The Press Code of Ethics and Conduct for South African Print and Online Media*. <https://presscouncil.org.za/ContentPage?code=PRESSCODEENGLISH>
- Radiotelevisión Española. (s.d.). *Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*. <https://www.rtve.es/codigo-autorregulacion/>
- Raidió Teilifís Éireann. (2015). *Child protection policy and procedures*. <https://about.rte.ie/commissioning/wp-content/uploads/sites/3/2018/07/RT%C3%89-Child-Protection-Policy.pdf>
- Raidió Teilifís Éireann. (2020). *Journalism and content guidelines*. https://about.rte.ie/wp-content/uploads/2022/05/21449_RTE_Journalism_Guidelines_2020-Updated.pdf

- Reid, C. (2002). Child abuse and the media: Naming and shaming. *Child Care in Practice*, 8(2), 140-143. <https://doi.org/10.1080/13575270220148611>
- Reuters. (2008). *Reuters handbook of journalism*. https://www.mediareform.org.uk/wp-content/uploads/2015/12/Reuters_Handbook_of_Journalism.pdf
- Silvestre, M. J. C., & Ferreira, C. (2013). As crianças protagonistas de notícias: Sujeitos e objectos de crime. *Intercom*, 36(1), 81-102. <https://doi.org/10.1590/S1809-58442013000100005>
- Society of Professional Journalists. (2014, 6 de setembro). *SPJ code of ethics*. <https://www.spj.org/ethicscode.asp>
- Swaziland National Association of Journalists. (2005). *Swaziland journalists' code of ethics*. <https://misaswaziland.wordpress.com/snaj-code-of-ethics-2/>
- Teichroeb, R. (2009, 4 de fevereiro). *Covering children and trauma*. Dart Center for Journalism & Trauma. <https://dartcenter.org/content/covering-children-trauma?section=all>
- The Independent. (2012, 12 de março). *Code of conduct*. <https://www.independent.co.uk/service/code-of-conduct-a6184241.html>
- Thomass, B., Marrazzo, F., Meier, W. A., Ramsay, G., & Blach-Ørsten, M. (2022). Media accountability: A cross-country comparison of content monitoring instruments and institutionalised mechanisms to control news media performance. In J. Trappel & T. Tomaz (Eds.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp. 231-252). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855589-11>
- Tompkins, A. (2002, 25 de agosto). Identifying juveniles. *Poynter*. <https://www.poynter.org/news/identifying-juveniles>
- Whitehouse, G. (2010). Newsgathering and privacy: Expanding ethics codes to reflect change in the digital media age. *Journal of Mass Media Ethics*, 25(4), 310-327. <https://doi.org/10.1080/08900523.2010.512827>
- Withnall, A. (2015, 3 de setembro). If these extraordinarily powerful images of a dead Syrian child washed up on a beach don't change Europe's attitude to refugees, what will? *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/if-these-extraordinarily-powerful-images-dead-syrian-child-washed-beach-don-t-change-europe-s-attitude-refugees-what-will-10482757.html>
- Yerevan Press Club. (2021). *Code of ethics of Armenian media and journalists*. <https://pjc.am/wp-content/uploads/2023/07/Code-of-Ethics-of-Armenian-Media-and-Journalists.pdf>

Os desafios de comunicação pública das ciências na mutação climática

The challenges of public communication of sciences in climate mutation

THAÍS BRIANEZI^a

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

RESUMO

Este ensaio problematiza os desafios de comunicação pública das ciências na mutação climática a partir do pensamento de Bruno Latour. O texto está dividido em cinco partes: (1) discute a desinformação e o negacionismo climático; (2) foca na importância de se trabalhar a comunicação pública das ciências iluminando os processos de pesquisa e suas controvérsias; (3) debate por que é preciso superar o mito do conhecimento objetivo e aterrar a produção e a comunicação dos diversos saberes; (4) aborda a relação intrínseca entre ciência, discurso e representação; (5) apresenta práticas educomunicativas que oferecem pistas para enfrentar epistemológica e empiricamente esses desafios.

Palavras-chave: Negacionismo climático, comunicação pública das ciências, educação climática

^a Professora do Departamento de Comunicação e Artes da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CCA/ECA/USP) e pesquisadora do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE) e do Laboratório de Inovação, Desenvolvimento e Pesquisa em Educomunicação (Labidecom). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4279-6345>. E-mail: tbrianezi@usp.br

ABSTRACT

This study problematizes the challenges of public communication of sciences in climate mutation based on Bruno Latour's perspective. This text (1) discusses disinformation and climate denialism; (2) focuses on the importance of working on public communication of science by explaining research processes and their controversies; (3) debates the necessity to overcome the myth of objective knowledge and to ground the production and communication of different types of knowledge; (4) addresses the intrinsic relation between science, discourse, and representation; and (5) presents educommunicative practices that offer clues to epistemologically and empirically face these challenges.

Keywords: climate denialism; public communication of science; climate education.

UM DOS MAIS eminentes pensadores da ecologia política e da antropologia das ciências, Bruno Latour, faleceu em 9 de outubro de 2022. Este ensaio representa uma singela homenagem póstuma, destacando as contribuições de seu pensamento para a comunicação pública das ciências no contexto da mutação climática.

O problema central abordado no artigo são a desinformação e o negacionismo climático. Articulando discussões já trabalhadas por Latour ao longo de sua obra (como a necessidade de superar o mito do conhecimento objetivo, de aterrar a produção e a comunicação dos diversos saberes, e a relação intrínseca entre ciência, discurso e representação), este ensaio apresenta práticas educacionais que oferecem pistas para enfrentar epistemológica e empiricamente os desafios de se trabalhar a comunicação pública das ciências iluminando os processos de pesquisa e suas controvérsias.

Em termos metodológicos, por se tratar de um ensaio, este texto se fundamenta na revisão bibliográfica da obra de Bruno Latour, buscando identificar suas contribuições chave para o campo da comunicação pública das ciências no contexto da mutação climática e estabelecer paralelos com pesquisas recentes sobre negacionismo climático e científico em geral, assim como no diálogo com outros(as) autores(as), como Hans Jonas e Byung-Chul Han. As reflexões aqui presentes aprofundam pontos debatidos no webinar internacional “A comunicação da emergência climática: desafio à ciência, aos direitos humanos e à democracia”¹ e dialogam com os resultados do estudo sobre as práticas de educação climática realizadas no Brasil entre 2016 e 2021, que foi conduzido pelo Fundo Brasileiro de Educação Ambiental (FunBEA) com financiamento do Instituto Clima e Sociedade (iCS)².

DESINFORMAÇÃO É FENÔMENO DA PÓS-POLÍTICA (NÃO DA PÓS-VERDADE)

Durante a 27ª Conferência das Partes da Convenção Quadro sobre Mudanças Climáticas, a COP27, em novembro de 2022, no Egito, a *Climate Action Against Disinformation* divulgou os resultados de uma pesquisa realizada em seis países³, que buscava mensurar o estrago provocado pelas fake news na percepção das pessoas sobre o meio ambiente. O Brasil fez parte do estudo, que indicou que aqui 40% das pessoas acreditam que os combustíveis fósseis são energia limpa; 44% creem que a mutação climática⁴ não é causada pela atividade humana; 29% afirmam que os cientistas discordam sobre as causas das mudanças climáticas; 24% dizem que os registros de temperatura global não são confiáveis; e 15% não acreditam que a produção de combustível fóssil pode causar problemas médicos a quem vive perto dos locais de extração (Preite, 2022).

¹ A autora participou desse seminário como palestrante convidada. Ele foi organizado pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e reuniu cientistas, profissionais e ativistas de diferentes países, entre 20 e 24 de junho de 2022. Todas as apresentações estão disponíveis em Direitos Humanos Unicamp (2022).

² A autora coordenou este estudo ao lado de Rachel Trajber e Semíramis Biasoli. Ele culminou na elaboração participativa de *Diretrizes de Educação Ambiental Climática* (2023).

³ O estudo ouviu virtualmente, entre 18 e 21 de outubro de 2022, brasileiros(as), australianos(as), indianos(as), alemães(ãs), britânicos(as) e estadunidenses com mais de 18 anos. A pesquisa foi apoiada no Brasil pelo Observatório do Clima, e a margem de erro é de 2,9%, para mais ou menos.

⁴ Utilizamos aqui mutação climática ou Novo Regime Climático, no lugar de expressões mais usuais – como aquecimento global, mudanças climáticas, crise climática, emergência climática ou colapso climático –, a partir do reconhecimento de que as alterações atualmente já vivenciadas são duradouras e, em parte, irreversíveis (Latour, 2020b).

A ideia de produção ativa da ignorância foi popularizada no estudo publicado em 2011 por Robert N. Proctor, a respeito da ação da indústria do tabaco (Latour, 2020b). Não deve causar espanto, portanto, que, no que se refere aos combustíveis fósseis e a seu papel central na mutação climática, os interesses econômicos da indústria do petróleo também sejam defendidos com uma intensa e bilionária campanha de desinformação de negacionismo climático:

Há um episódio elucidativo que, por seu turno, nada tem de metafórico: no início dos anos 1990, a companhia Exxon-Mobil com pleno conhecimento de causa – ela já havia até publicado excelentes artigos científicos sobre os perigos da mudança climática –, decide investir pesadamente na extração frenética de petróleo e, ao mesmo tempo, na campanha igualmente frenética para negar a existência da ameaça. (Latour, 2020b, p. 29)

Apesar disso, dados recentes apontam que 90% dos(as) brasileiros(as) ouviram na pesquisa conduzida pelo Programa de Comunicação das Mudanças Climáticas da Universidade de Yale estão convictos(as) que a temperatura média vem crescendo nos últimos 150 anos, crescerá ainda mais no futuro e que, em consequência, o clima mundial será alterado. Esses resultados colocam o Brasil entre os países com maior percentual da população ciente da existência das mudanças climáticas, próxima à Hungria (96%), Portugal (95%) e Costa Rica (94%), que lideram o ranking, e distante daqueles onde esse índice é menor: Laos (67%), Haiti (67%) e Bangladesh (70%) (Leiserowitz et al, 2022)⁵.

Quando a pergunta é a respeito das causas da mutação climática, porém, os números brasileiros (seguindo uma tendência que se manifesta internacionalmente) se tornam menos animadores. Apenas 53% dos(as) respondentes no Brasil afirmam que as causas são principalmente humanas, número próximo aos países que obtiveram percentual maior nessa questão (Espanha, 65%; Suécia, 61% e Taiwan, 60%) e distante daqueles onde o grau de desinformação sobre o tema é estarrecedor (Indonésia, 18% e Yemen, 21%). Esses dados são condizentes com a percepção que os(as) brasileiros(as) que participaram da pesquisa demonstram a respeito do próprio conhecimento sobre mudanças climáticas: 13% afirmaram que sabem muito; 52% que sabem um tanto; 30% que sabem pouco; e 5% nunca ouviram falar sobre o tema (Leiserowitz et al, 2022).

De maneira geral, o quadro comparativo dos dados levantados pelo Programa de Comunicação das Mudanças Climáticas de Yale aponta que, enquanto nos chamados países desenvolvidos o reconhecimento e o conhecimento sobre a emergência climática tende a ser maior, nos países ditos não desenvolvidos, por outro lado, os efeitos desse problema tendem a ser percebidos como mais

⁵Essa pesquisa foi conduzida em parceria com um braço da big tech Meta denominado “Data for Good” (Dados para o Bem, na tradução literal) e realizada com usuários(as) do Facebook. O objetivo era mensurar o conhecimento público sobre mudanças climáticas e as crenças, atitudes, preferências políticas e comportamento vinculados ao tema. A amostra foi de 108.946 usuários(as) ativos(as) da plataforma, maiores de 18 anos. As respostas foram coletadas de 192 países e territórios em todo o mundo, entre 25 de março a 14 de abril de 2022 (Leiserowitz et al, 2022).

próximos e urgentes. E isso parece confirmar o que os movimentos mobilizados em torno da chamada Justiça Climática denunciam: que as consequências da mutação climática, embora atinjam praticamente toda a população mundial, afetam de maneira mais grave justamente os povos e comunidades em situação de maior vulnerabilidade socioeconômica.

Há uma relação intrínseca entre o aumento das desigualdades, a desregulamentação e o negacionismo climático, que é iluminada por Bruno Latour (2022b) em seu último livro publicado em vida, *Onde aterrar? Como se orientar politicamente no Antropoceno*. Para o autor, esses três fenômenos são sintomas de uma mesma situação histórica: as classes dirigentes concluíram que não há mais lugar suficiente na Terra para todos e deixaram de fingir que a história conduz a um horizonte comum:

A hipótese é que não entenderemos nada dos posicionamentos políticos dos últimos cinquenta anos, se não reservarmos um lugar central à questão do clima e à sua degeneração. Se a consciência de que entramos em um Novo Regime Climático, não podemos compreender nem a explosão das desigualdades, nem a amplitude das desregulamentações, nem a crítica da globalização e nem, sobretudo, o desejo desesperado de regressar às velhas proteções do Estado nacional – o que se costuma chamar, um tanto erroneamente, de ‘ascensão do populismo’. (Latour, 2022b, pp. 10-11)

Latour lança a hipótese (ficção política, como ele a chama) de que os reca-dos sobre a mutação ecológica dados desde os anos 1980 por ativistas, artistas e cientistas foram ouvidos pelas elites. Mas, de posse do alerta, elas tomaram a cruel e cínica postura de aprofundar a defesa dos seus interesses e de buscar apenas a própria salvação (mesmo que restrita a poucas gerações). E, por isso mesmo, até para não explicitar essa perversidade e gerar revolta, passaram a publicamente negar veementemente o problema. Latour comparou a conduta das elites político-econômicas à do dono do *Titanic*, que utilizou um dos poucos botes disponíveis para se salvar do naufrágio e abandonou a tripulação e os passageiros das classes inferiores no navio afundando – certificando-se, antes, de deixar a orquestra tocando, para retardar a tomada de consciência da tragédia e a inevitável reação raivosa dos abandonados:

Se essa hipótese estiver correta, tudo isto faz parte de um mesmo fenômeno: as elites se convenceram tão bem de que não haveria vida futura para todos que decidiram se livrar o mais rápido possível de todos os fardos da solidariedade – isso explica a desregulação. Decidiram que seria preciso construir uma espécie de fortaleza

dourada para os poucos que poderiam se safar – do que decorre a explosão das desigualdades. E resolveram que, para dissimular o egoísmo sórdido de tal fuga para fora do comum, seria preciso rejeitar absolutamente a ameaça que motivou essa fuga desesperada – o que explica a negação da mutação climática. (Latour, 2022b, pp. 28-29)

Também em 2022, o Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT) coordenou a pesquisa “Confiança na ciência no Brasil em tempos de pandemia”, com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj). Durante a pandemia da Covid-19, aumentou consideravelmente a visibilidade midiática de cientistas e a circulação de artigos científicos, muitos dos quais ainda nem tinham passado pelo processo de revisão por pares. Por outro lado, cresceu também o trânsito de informações falsas ou deliberadamente distorcidas sobre a doença, os supostos tratamentos e riscos das vacinas. A intenção do referido estudo era medir qual o impacto dessa desordem informacional na autodeclarada confiança dos(as) brasileiros(as) nas ciências (Massarani et al, 2022).

Um dos resultados apurados é que 68,9% dos(as) entrevistados(as) declararam confiar ou confiar muito na ciência. Número que representa ampla maioria dos(as) respondentes, porém é inferior ao apurado em outras pesquisas realizadas em anos anteriores. A comparação, porém, deve ser feita com cautela, porque os métodos e perguntas não foram os mesmos⁶.

A evidência de que a desinformação que circulou intensamente durante a pandemia afetou (para mais e para menos) a confiança dos(as) brasileiros(as) nas ciências pode ser mais bem identificada na resposta à pergunta se ela foi ou não alterada durante a pandemia da covid-19:

... apenas um terço das pessoas (32,9%) diz que a pandemia deixou inalterada sua confiança. Para os demais, a pandemia foi o período de uma mudança de atitudes sobre a ciência. A maior parte dos entrevistados diz que sua confiança na ciência aumentou muito ou aumentou (55,6%) e para 10,1% ela diminuiu. Os que declaram que a confiança aumentou são, em sua maioria, jovens, do sexo feminino, com curso superior ou pós-graduação e renda entre dois e cinco salários-mínimos. (Massarani et al, 2022, p. 11)

O fato de que 3 em cada 10 brasileiros(as) declaradamente desconfiam das ciências não deveria nos surpreender. Afinal, não seria sensato esperar que

⁶ A pesquisa do INCT-CPCT utilizou a técnica de *survey*, com coleta de dados por meio de entrevistas domiciliares, pessoais e individuais. Foram entrevistadas 2.069 pessoas com 16 anos ou mais, entre agosto e outubro de 2022, distribuídas entre municípios brasileiros de todas as dimensões, de forma a garantir a dispersão e representatividade regional. A margem de erro é de 2,2%, em um intervalo de confiança de 95% (Massarani et al, 2022).

a maior parte da população, abandonada pelas elites e traída pelas promessas da Modernidade, tenha “nos fatos científicos a mesma confiança de um Louis Pasteur ou de uma Marie Curie” (Latour, 2022b, p. 33). E isso não se deve ao que se tornou recorrente no jornalismo chamar de “pós-verdade”, mas muito mais a essa triangulação entre negacionismo climático, explosão das desigualdades e desregulamentação, que Latour denominou de pós-política:

É, portanto, uma abordagem superficial chamar o problema de uma política da “pós-verdade”, como fazem os jornalistas. Eles não enfatizam o motivo por que alguns decidiram continuar fazendo política abandonando voluntariamente o vínculo com a verdade que os aterrorizava (não sem razão). Tampouco discutem o porquê de as pessoas comuns terem resolvido – aqui também não sem razão – não acreditar em mais nada. Depois de todos esses sapos que tentaram fazê-las engolir, dá para entender que desconfiem de tudo e que não queiram ouvir mais nada (Latour, 2022b, p. 35).

Se o abandono do mundo comum gera uma desconfiança geral em relação aos fatos, é preciso, portanto, reconstruir as coletividades em ligação. E, na comunicação pública das ciências, isso passa pela necessidade de os(as) cientistas descerem do pedestal e os(as) comunicadores(as) das ciências abrirem as caixas-pretas do fazer científico. É disso que trataremos nas seções seguintes.

É PRECISO COMUNICAR FATOS E FEITOS

Bruno Latour (1994a) observou que o paradoxo do saber científico é que, apesar de ser fabricado, ele é também sólido: existe uma certa ambiguidade entre fato e feito, uma relação de dependência e ao mesmo tempo de oposição entre ciência e pesquisa, que não costuma ser bem trabalhada pela comunicação. Em geral, a chamada difusão ou divulgação científica ilumina apenas os resultados (a parte esfriada e solidificada das ciências). Enquanto isso, a maior parte da atenção dos(as) cientistas é dedicada ao que justamente ainda não é (e pode nunca vir a ser) considerado fato: o processo científico, ou seja, a pesquisa.

O resultado é que, assim comunicadas, as ciências e as tecnologias se tornam fetiches, conceitos que naturalizamos como caixas-pretas (Latour, 2000)⁷. Como também observou Hans Jonas a respeito do progresso técnico e científico e de sua crescente especialização, o patrimônio de conhecimentos coletivo tende a aumentar na mesma medida em que a compreensão individual sobre o mundo se torna cada vez mais fragmentada: “. . . esse saber acumulado se torna cada vez mais esotérico, menos compreensível aos leigos, excluindo, assim, da sua observação, a maior parte dos contemporâneos” (Jonas, 2006, p. 270).

⁷ A expressão caixa-preta vem da cibernética: máquina ou conjunto de comandos complexos demais, sobre os quais nós só precisamos saber o modo de utilização (o que entra e o que sai), não como de fato funcionam (Latour, 2000).

O caminho para minimizar esse abismo não passa por tentar fazer de cada cidadã(o) um(a) cientista – até porque há diversos campos de pesquisa, e mesmo para os(as) cientistas de uma determinada área os conhecimentos que vêm de outras disciplinas podem parecer enigmáticos. Além disso, é cada vez mais difícil prover uma formação generalista ampla, que dê conta de uma visão geral a respeito de todos (ou a maior parte dos) fatos científicos imbricados nas técnicas e equipamentos dos quais dependemos em nosso cotidiano. Essa amplitude seria inclusive um risco, visto que a inevitável sobrecarga de dados implícita nela poderia provocar saturação e exaustão (Han, 2017a) e levar à Síndrome da Fadiga de Informação (SFI), com perda da capacidade analítica e de tomada de responsabilidade (Han, 2018).

Enrique Leff afirmou, em sua palestra no já citado webinar “A comunicação da emergência climática: desafio à ciência, aos direitos humanos e à democracia”, que frente à complexidade das causas e consequências da mutação climática, para que as pessoas não se sintam paralisadas, não basta apenas popularizar as descobertas das ciências climáticas, é necessário abrir a Caixa de Pandora⁸. Um caminho para lidar com esse desafio estaria em comunicar fatos e feitos, ou seja, explicitar as teorias e metodologias que suportam os conhecimentos científicos.

A aposta é que assim, aos poucos, os públicos mais amplos comecem a compreender que a dúvida faz parte do fazer científico, e os negacionistas climáticos (e científicos, de modo geral) já não possam utilizar as controvérsias científicas como fator de descrédito, como fazem atualmente. Os chamados céticos do clima apoiam-se na exigência ilusória da objetividade, como se existisse um gabarito único para julgar todos os modos de verificação da verdade. E, assim, aplicam aos climatólogos o “gabarito do duplo clique”, dizendo em tom acusatório: como vocês têm dados que vocês evidentemente transformam, então vocês manipulam.

O termo “gabarito do duplo clique” foi utilizado por Bruno Latour em palestra proferida no dia 9 de agosto de 2012 na Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), transmitida pelo IPTV USP, para ilustrar a exigência de “informação sem transformação”. Ele se liga ao fetiche da transparência trabalhado por Byung-Chul Han (2017a, 2017b, 2018), à ansiedade exacerbada pela cultura digital que nos faz querer encontrar na internet respostas prontas e objetivas a toda e qualquer dúvida, com apenas dois cliques no mouse. Como se trata de uma pretensão irreal, a frustração decorrente dessa tentativa contribui para que não apenas as ciências, mas também as religiões e a política, cada vez mais, sejam percebidas como mentirosas e manipuladoras.

O jornalismo, como linguagem redutora, também se apoia na expectativa social de que “contém o predicado essencial da verdade” (Chaparro, 2007, p. 11). O jornalismo tradicional historicamente tende a se apresentar como objetivo,

⁸ A mitologia grega trata da Caixa de Pandora como aquela na qual os deuses guardam todas as mazelas do mundo – como guerra e doenças – mas também o dom da esperança.

capaz de “observar os fatos em sua realidade material, e sem deformações resultados da perspectiva individual do observador” (Chaparro, 2007, p. 12). Os fatos jornalísticos seriam compreensíveis pelo que são, não pelo que possam vir a valer ou significar.

Não é surpresa, portanto, que a cobertura jornalística a respeito das ciências, em geral, eclipse os feitos e apresente os fatos como máximas objetivas. As pesquisas tendem a ser apresentadas a partir do recorte (muitas vezes descontextualizado) de parte de seus resultados, em geral aqueles mais facilmente comunicáveis por meio de manchetes.

Mas as notícias – como em geral tudo o mais – também não resistem ao gabarito do duplo clique (e vêm sendo igualmente desacreditadas). Os fatos jornalísticos valem pelo que significam, só ganham sentido a partir do contexto (Noblat, 2007). Prova disso é que mesmo os manuais de redação de jornais defensores da objetividade ensinam os(as) repórteres a “começar a notícia pelo que é mais importante” (Chaparro, 2007, p. 12).

Parte da campanha que busca desacreditar jornalistas vem justamente da importância do jornalismo para a democracia. O que está em risco é a própria verdade factual, ou seja, “o relato veraz e verificável sobre o que se passou, e vertebrada nada menos que a própria política” (Bucci, 2022, p. 8). Nessa linha, o projeto “Amazônia Livre de Fake” de março a setembro de 2022 mapeou os principais difusores de desinformação na região e identificou sites hiperpartidários, que se apresentam como jornalísticos: Portal Novo Norte (TO), Terra Brasil Notícias (RN) e Vista Pátria (RJ). Os três têm em comum o fato de terem recebido financiamento público e eclipsarem a pauta socioambiental não apenas com dados fora de contexto, mas com a supressão dessas temáticas, que representaram menos de 10% dos 206 conteúdos publicados por eles no período (Intervozes, 2023).

Logo, comunicar fatos e feitos que explicam a mutação climática é uma missão que os(as) jornalistas também precisam tomar para si. E não apenas para termos melhores notícias a respeito da problemática, mas também mais notícias, já que a lacuna é dupla: de qualidade e de quantidade da cobertura. Quando perguntados sobre com que frequência ouvem sobre mudança climática na vida diária (por exemplo, nas TVs, jornais, mídias sociais ou conversas com familiares e amigos), 27 % dos(as) brasileiros(as) afirmam que pelo menos uma vez por semana, 20% pelo menos uma vez por mês, 29% algumas vezes ao ano; 8% uma vez ao ano ou menos; 5% nunca, 9% não sabem e 2% não respondeu. Internacionalmente, o cenário não é tão diferente: na Suécia e Alemanha, onde a população mais afirma ouvir sobre o tema, o percentual dos que dizem que isso acontece pelo menos uma vez por semana não ultrapassa 66% (Leiserowitz et al, 2022)⁹.

⁹ Os países com os menores índices de respondentes que escutam sobre mudanças climáticas pelo menos uma vez por semana são Iêmen (7%), Argélia e Camboja (ambos com 9%) (Leiserowitz et al, 2022).

Portanto, comunicar as ciências no âmbito da educação climática demanda didatismo, mas com o cuidado de não cair no fetiche da transparência. Como nos ensina Byung-Chul Han (2017b), a transparência se converte em armadilha ao se ligar à simplificação, à superficialidade, ao pornográfico, à mercantilização, à homogeneização – ela é, em última instância, uma coação sistêmica do atual estágio do capitalismo. Mas na realidade concreta não conseguimos ser transparentes (no sentido de nos revelarmos em plenitude) nem mesmo conosco, muito menos nas relações sociais e interpessoais: e essa impermeabilidade, longe de ser um problema, é condição necessária para nossa saúde (espiritual, psíquica, social): “Está comprovado que uma maior quantidade de informações não leva necessariamente à tomada de decisões mais acertadas. A *intuição*, por exemplo, transcende as informações disponíveis e segue sua própria lógica” (Han, 2017b, pp. 16-17).

Comunicar fatos e feitos exige lidar também com diferentes temporalidades e escalas, estabelecendo a proclamada relação local-global. Mas aqui, novamente, a abordagem meramente cartesiana pode levar a uma percepção enganosa de totalidade, que precisa ser superada: “... não se pode passar do Local ao Global percorrendo uma série de escalas justapostas, como o botão do zoom do Google Earth nos dá a ilusão” (Latour, 2020b, p. 112).

Essa perspectiva antizoom é um aspecto central da teoria do ator-rede, desenvolvida por Bruno Latour. Para entender as diferentes escalas e temporalidades imbricadas em uma dada realidade, inclusive na produção dos conhecimentos científicos, é preciso seguir os actantes e descrever os fenômenos e as relações que o constituem:

Qualquer que seja a etiqueta, a questão é sempre a de reatar o nó górdio atravessando, tantas vezes quantas forem necessárias, o corte que separa os conhecimentos exatos e o exercício do poder, digamos a natureza e a cultura. Nós mesmos somos híbridos, instalados precariamente no interior das instituições científicas, meio engenheiros, meio filósofos, um terço instruídos sem que o desejássemos; optamos por descrever as tramas onde quer que estas nos levem. Nosso meio de transporte é a noção de tradução ou de rede. Mais flexível que a noção de sistema, mais histórica que a de estrutura, mais empírica que a de complexidade, a rede é o fio de Ariadne destas histórias confusas. (Latour, 1994a, p. 9)

O conceito de redes sociotécnicas desenvolvido por Latour (1994a) nos ajuda a compreender que a multiplicidade de modos de validação da verdade não tem nada a ver com relativismo, mas sim com relacionismo. Ou seja, não é possível (re)conhecer a prática científica com a pinça moderna do objeto-sujeito.

Os climatólogos, por exemplo, não podem dizer nada sobre o clima sem os artefatos da teoria e os aparelhos do laboratório:

Para falar de forma vulgar de um assunto que foi idolatrado demais, os fatos científicos são como peixes congelados: nunca devem ficar fora do congelador, por um instante que seja. O universal em rede produz os mesmos efeitos do que o universal absoluto, mas já não possui as mesmas causas fantásticas. É possível comprovar “em todos os lugares” a gravitação, mas com o custo da extensão relativa das redes de medidas e de interpretação. A elasticidade do ar pode ser verificada em toda parte, mas somente quando estamos conectados a uma bomba de vácuo que se disseminou pela Europa graças às múltiplas transformações dos experimentos. Tentem comprovar o mais simples dos fatos, a menor lei, a mais humilde constante, sem antes conectar-se às diversas redes metrológicas, aos laboratórios, aos instrumentos. (Latour, 1994, p. 117)

Latour (2020b, p. 113) afirmou que “cada um dos seres que participam da composição de um terreno de vida tem *sua própria maneira* de identificar o que é local e o que é global e de definir seu entrelaçamento com os outro”. Boaventura de Souza Santos também chamou a atenção para a irracionalidade da pretensão de universalidade, e destacou que “quanto mais global for o problema, mais locais e mais multiplamente locais devem ser as soluções” (Santos, 1999, p. 111). Portanto, precisamos problematizar a tradicional divisão entre centro e periferia e reconhecer que cada vez mais o mundo funciona a partir das noções de circuito e fronteira (Canclíni, 2015).

RECUSANDO-SE ENTRAR NA CAVERNA DE PLATÃO

No livro *Política da natureza: como fazer ciência na democracia*, Bruno Latour (2004) nos convoca a não entrar na caverna de Platão, rompendo com a visão herdada da filosofia grega de que existe uma incompatibilidade entre o mundo dos homens (leis humanas) e as verdades não feitas pelas mãos dos homens (leis da natureza). Esse bicameralismo (ruptura entre as coisas como elas são – ontologia – e as representações que fazemos delas – epistemologia) é o que explica historicamente a visão da Ciência como aquela que apresenta fatos indiscutíveis e que, portanto, com sua autoridade, faz cessar a discussão pública.

No mito grego, o filósofo seria o salvador, a ponte entre o mundo da verdade e o mundo social. Esse sábio, porém, era assassinado pela horda de ignorantes, a sociedade inculta e raivosa. Com a Modernidade e a valorização do racionalismo, os(as) cientistas conquistaram prestígio e poder.

O controle dos instrumentos e da teoria se transformou no poder de definir a realidade não só para os especialistas, mas para o público em geral. Aparentemente é algo democrático, porque existe potencialmente a possibilidade de qualquer um ter acesso a conhecimento e tecnologia. Na realidade, porém, concretamente, esse acesso é restrito a poucos:

A justificativa para a tomada de decisão pública deve parecer científica; e, portanto, cientistas sociais e humanos (especialmente economistas) passaram a ser vistos como autoridades importantes. É universalmente assumido (por mais acrítico e superficial que seja esse pressuposto) que o especialista científico é o componente crucial na tomada de decisões, tanto em relação à natureza quanto à sociedade¹⁰. (Funtowicz & Ravetz, 2000, p. 27)

¹⁰No original: La racionalidad de la toma de decisiones públicas debe parecer ser científica; y por lo tanto los científicos sociales y humanos (en especial los economistas) han llegado a ser vistos como autoridades conductoras. Se supone universalmente (por acrítica y superficial que esta suposición sea) que el experto científico es el componente crucial en la toma de decisiones, tanto en lo que concierne a la naturaleza como a la sociedad. Tradução nossa.

O feito, porém, como discutimos na seção anterior, está sendo usado contra o feiticeiro. E foram, justamente, os negacionistas climáticos que, com suas campanhas de desinformação, “tiveram a astúcia de virar contra seus adversários a epistemologia corrente” (Latour, 2020a, p. 51). Com suas críticas ao fato de que as ciências climáticas não eram objetivas, eles iluminaram a inseparabilidade do binômio natureza/cultura e a relação intrínseca entre descrição e prescrição:

Deve-se ao astuto estrategista republicano Frank Luntz, psicossociólogo e retórico incomparável, o célebre inventor da expressão ‘mudança climática’ no lugar de ‘aquecimento global’, a melhor formulação desta profunda filosofia: a *descrição* dos fatos é tão perigosamente próxima da *prescrição* de uma política que, para interromper os questionamentos do modo de vida industrial, é só aos fatos que é preciso lançar a dúvida. (Latour, 2020a, pp. 48-49)

As descobertas dos climatologistas sobre as alterações climáticas de causa antropocêntrica têm uma carga moral e política evidente, com a qual a maior parte desses(as) cientistas não está preparado(a) para lidar: “O que fazer perante ‘verdades inconvenientes’ se você só possui o direito de enunciar verdades com uma voz mecânica, sem acrescentar nada a elas? Você permanece paralisado” (Latour, 2020a, p. 51).

Apesar dessa dificuldade, parte da contribuição dos(as) cientistas do clima vai além da missão de informar: diz respeito a alarmar, comover, colocar em movimento, tomar partido em uma guerra. Prova disso é que os membros do Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas (IPCC) ganharam em 2007 o Prêmio Nobel da Paz – e não o de Física ou Química (Latour, 2020a).

A qualidade da informação e as estratégias de resolução de problemas são os dois pontos centrais para a maior parte das metodologias científicas. E ambos exigem lidar com incertezas, tanto cognitivas quanto éticas (Funtowicz & Ravetz, 2000). Publicamente, porém, essas incertezas tendem a não ser colocadas em debate.

As ciências do clima, por lidarem com fenômenos multiescalares, com longa duração de impactos e alta complexidade e variabilidade, tendem a se apoiar em modelos matemáticos e simulações computacionais que geram números exatos, a fim de produzir confiança. No livro *La ciencia posnormal: ciencia con la gente*, Silvio Funtowicz e Jerome Ravetz (2000) criticaram essa hiper precisão artificial com uma anedota: o guia de um museu de Ciências Naturais diz a um grupo escolar que a ossada de um determinado dinossauro em exposição tem 56.000.012 anos. E quando as crianças perguntam como ele obteve essa informação, a professora prontamente começa a explicar sobre a datação do carbono 14, mas o guia a interrompe e afirma que trabalha no museu há 12 anos e, quando entrou lá, fez um curso de formação no qual foi informado que a ossada tinha 56 milhões de anos de idade.

Analogamente, a falsa divisão entre natureza e cultura se assenta em pretensas certezas, quando as ciências, no fundo, lidam com probabilidades. Latour denuncia o autoritarismo implícito na crença de que os fatos valem por si, “sem precisar de um mundo compartilhado, de instituições e de uma vida pública, e que bastaria reunir as pessoas em uma boa sala de aula como antes, com quadro negro e lições a estudar, para que a razão enfim triunfasse” (Latour, 2022b, pp. 35-36): “Quando apelamos assim à ‘natureza’, é quase sempre porque queremos voltar a explicar aos imbecis, nas paredes virtuais de uma sala de aula, o que eles vão no fim das contas compreender – nem que seja à força” (Latour, 2020a, p. 352).

Um exemplo vivenciado pela autora de como reconhecer publicamente as incertezas é algo que amedronta – e até ofende – muitos(as) cientistas: aconteceu em Manaus (AM), em 2004, quando ela trabalhava como correspondente da então Radiobrás – hoje Empresa Brasil de Comunicação (EBC) – na região Norte¹¹. Seu escritório ficava no Sistema de Proteção da Amazônia (Sipam), um complexo que abrigava também servidores(as) de diversos outros órgãos federais, inclusive um conjunto de climatologistas responsável por um serviço público de previsão climática. Havia dezenas de terminais de comunicação por satélite do Sipam espalhados em diversas localidades isoladas da amazônia brasileira, nas quais não existiam outros meios de comunicação à distância (como telefone, internet ou radiofonia). A direção da Radiobrás acalentava o desejo de utilizar essa rede de comunicação na produção de conteúdo para a Rádio Nacional da Amazônia. A autora, então, fez uma reunião com a equipe de climatologistas e propôs que fizessem um programa radiofônico diário de previsão climática. E deu

¹¹ Ela era então a única profissional dessa empresa pública federal de comunicação – que inclusive possui a Rádio Nacional da Amazônia – que de fato vivia na região amazônica.

a ideia de que essa previsão fosse interativa: desde o Sipam, um(a) cientista ou a própria repórter telefonaria para uma das localidades isoladas e conversaria com um(a) morador(a), perguntando, por exemplo, se no dia anterior havia de fato chovido lá, conforme previsto. E, se a resposta fosse negativa, nesse momento o(a) cientista poderia aproveitar para detalhar porque a previsão havia sido de chuva (ou seja, dar mais detalhes de quais fatores influenciam o regime pluviométrico) e explicar também que a previsão tem margem de erros e um limite de escala (ou seja, nem sempre acerta o ponto exato no qual a chuva cairá ou não). Os(as) cientistas se horrorizaram tanto com a sugestão, bradando prontamente que a dinâmica iria desacreditar a climatologia, que a proposta foi engavetada.

Parte dos(as) cientistas acredita que descer do pedestal da certeza é ter sua autoridade questionada, porque teve sua legitimidade construída a partir do ideal do distanciamento. O conhecimento científico moderno assenta-se na dicotomia sujeito-objeto, na máxima de que “*conhecer é conhecer desde o exterior*”¹² (Latour, 2022b, p. 84). A descoberta de Galileu de que a Terra gira ao redor do Sol em meio a outros planetas contribuiu para a perspectiva distanciada que as ciências adotaram: “A possibilidade de acessar lugares distantes *partindo da* terra se torna, assim, o *dever* de acessar a terra *partindo de lugares distantes*” (Latour, 2022b, p. 83).

¹²Itálico mantido do trecho original, recurso frequentemente usado por Latour para destacar as ideias chave ao longo de seus livros.

A fotografia do planeta Terra tirada pela NASA nos anos 1960 se tornou um símbolo da emergência da questão ambiental, da sociedade do risco; uma metáfora na qual se assenta o discurso propositalmente vago do desenvolvimento sustentável, de que a humanidade partilha um planeta com recursos limitados e precisa se unir para usá-los bem (Hajer, 1995). Bruno Latour nos convida a aterrar, mas não na nave mãe unificada, e sim no Terrestre:

O papel das ciências na tarefa de sondar o Terrestre é inegável. Sem elas, o que saberíamos sobre o Novo Regime Climático? E como ignorar o fato de que elas se tornaram o alvo privilegiado de negacionistas climáticos? / Ainda assim, é preciso compreender suas particularidades. Se aceitarmos de bom grado o que a epistemologia usual nos empurra goela abaixo, veremo-nos prisioneiros de uma concepção de “natureza” impossível de ser politizada, já que ela foi inventada precisamente para limitar a ação humana mediante o apelo a supostas leis da natureza objetiva que não poderiam ser questionadas. (Latour, 2020b, p. 80)

Latour afirma que deixou de usar o termo Gaia porque muitos se apropriaram dele como se estivesse embutida uma intencionalidade unidirecional (“Gaia, a terra mãe”). Essa compreensão de totalidade representa um equívoco, já que é a multiplicidade em conexão que caracteriza o pensamento de James Lovelock, sua principal influência para conceber o Terrestre:

Se a composição do ar que respiramos depende dos seres vivos, ele não é mais o ambiente em que tais seres se situam e onde evoluem; ele é, de certa forma, o resultado da ação daqueles seres. Dito de outro modo, não há organismo de um lado e meio ambiente de outro: o que há é uma sobreposição de agenciamentos mútuos. A capacidade de ação é, assim, redistribuída. (Latour, 2020b, p. 93)

Em todas as disputas que se dão no Novo Regime Climático, as ciências têm um papel decisivo. Precisamos, portanto, valorizá-las sem acreditar piamente em sua metafísica:

É impossível compreender o que nos ocorre sem passar pelas ciências – antes de tudo, foram elas que nos alertaram. No entanto, para compreendê-las, é impossível continuar com a imagem dada pela antiga epistemologia – de agora em diante, as ciências se encontram tão misturadas com toda a cultura que sua compreensão passa pelas humanidades. (Latour, 2020a, p. 20)

Não se trata, porém, de abrir mão da racionalidade. Mas direcioná-la rumo ao Terrestre, não ao Global, explicitando o caráter político da prática científica:

Como podemos definir essa diferença de orientação? Os dois polos são quase os mesmos, mas com a diferença de que o Global apreende todas as coisas partindo do *distante*, como se elas fossem *exteriores* ao mundo social e completamente *indiferentes* às preocupações dos humanos. Já o Terrestre lida com os mesmos agenciamentos tomando-os *de perto*, como *interiores* aos coletivos e *sensíveis* à ação dos humanos, à qual *reagem* drasticamente. Temos aí duas maneiras muito diferentes de aquelas mesmas pessoas racionais fincarem, se assim podemos dizer, seus pés na terra. (Latour, 2020b, p. 82)

Ou seja, aterrar é embrenhar-se nas dobras do Terrestre, sem abrir mão da “maior inovação dos modernos: a separabilidade de uma natureza que ninguém construiu – transcendência – e a liberdade de manobra de uma sociedade que é nossa obra – imanência” (Latour, 1994a, p. 138).

IMBRICAR-SE NOS TERRENOS DE VIDA

O Terrestre não é o Global totalizante, tão grande que não podemos apreender, nem o Local de fronteiras e identidades ilusoriamente autossuficientes. Ele é composto de coletivos em conexão, que precisam (re)conhecer quais são os seus terrenos de vida ou, em outras palavras, quais são os actantes (humanos e

mais que humanos) dos quais dependem e com os quais precisam estabelecer relações diplomáticas. Aterrorar, nesse sentido, é um movimento que deve conciliar dois processos aparentemente contraditórios, o de vinculação e o de mundialização: “O solo permite se vincular; o mundo, se desprender. A vinculação é o que permite sair da ilusão de um Grande Exterior; o desprendimento, o que possibilita abandonar a ilusão das fronteiras” (Latour, 2020b, p. 112).

E o caminho para esse aterramento passa pela descrição: “Como poderemos agir politicamente sem antes enumerar, percorrer e medir, centímetro por centímetro, cada um dos seres animados, cada um dos indivíduos, enfim, tudo aquilo que compõe para nós o Terrestre?” (Latour, 2020b, p. 113). Um processo de reconhecimento e análise que deve se dar não mais em termos de sistemas de produção (pautados pelas noções de liberdade e mecanismo, com papel central ao ser humano), mas, sim, de sistemas de geração (pautados pelas noções de dependência e gênese, com papel distribuído do ser humano):

Inseridos num sistema de produção, os humanos são os únicos que podem se revoltar – sempre tarde demais; inseridos num sistema de geração, *muitos outros clamores* podem se fazer ouvir – antes da catástrofe. Os pontos de *vida*, e não apenas os pontos de vista, multiplicam-se. (Latour, 2020b, p. 107)

A contradição entre o sistema de produção e de geração é uma “questão de civilização, mais que apenas de economia” (Latour, 2020b, p. 108). Em consonância com Bruno Latour, um autor que a influencia¹³, a premiada jornalista e escritora brasileira Eliane Brum, em sua obra mais recente, *Banzeiro Òkòtò - uma viagem à Amazônia Centro do mundo*, afirmou que “vivendo nas ruínas, entre ruínas, me arruinando também, entendi que nada muda, nem a floresta tem chance de seguir existindo, enquanto gente — toda gente e não apenas gente humana — for tratada como resto” (Brum, 2021, p. 251). E, em outra passagem, acrescentou:

Não é possível enfrentar a crise climática com o mesmo pensamento que gestou a crise climática. O futuro depende da nossa capacidade de transformar radicalmente o modo como nossa espécie se coloca em relação a si mesma e ao que chama de natureza. Para isso é preciso gerar não só outros conhecimentos, mas outra estrutura de pensamento e até mesmo outra linguagem. (Brum, 2021, p. 343)

Pensar a partir dos sistemas de geração é também deslocar a noção de passado e futuro: buscamos, agora, a ligação (o que se leva ou não em consideração), não a objetividade. Não há mais a flecha do tempo modernista, as ideias de progresso linear e de tradição enquanto volta ao passado não têm mais

¹³ A autora é apoiadora da Sumaúma, agência de notícias trilingue sediada em Altamira (PA), e participou de uma reunião virtual com a equipe de Eliane Brum em 16 de dezembro de 2022, quando esta confirmou que o trabalho de Latour é uma de suas influências para pensar a Amazônia e a questão socioambiental em geral.

sentido: “É a seleção que faz o tempo, e não o tempo que faz a seleção” (Latour, 1994a, p. 75). As diversas temporalidades, resultado provisório de ligação entre os seres, portanto, coexistem no que chamamos de presente:

Eu talvez use uma furadeira elétrica mas também um martelo. A primeira tem vinte anos, o segundo centenas de milhares de anos. Eu serei um carpinteiro ‘de contrastes’ porque misturo gestos provenientes de tempos diferentes? Eu serei uma curiosidade antropológica? Ao contrário, mostrem-me uma atividade que seja homogênea do ponto de vista do tempo moderno. Alguns dos meus genes têm 500 milhões de anos, outros 100.000, e meus hábitos variam entre alguns dias e alguns milhares de anos. (Latour, 1994a, p. 74)

Existir, produzir conhecimento e comunicá-lo a partir do Terrestre, reconhecendo-se como parte de sistemas de geração, é buscar responder às seguintes perguntas evitadas pela Modernidade: “Quem fala? Quem age? Quem faz falar? Quem faz agir?” (Latour, 2020a, p. 115). A dúvida moderna da dupla representação (os cientistas traem ou traduzem a natureza? Os políticos traem ou traduzem o povo?) é uma só. Na Nova Constituição (ou Parlamento necessário ao Novo Regime Climático), a mediação é trazida à tona, mas não para solucionar o enigma (porque a coisa pura não existe: ciência sem sociedade, política sem objetos), e sim como forma de reativar a democracia (Latour, 1994b).

De 2011 a 2013, Latour coordenou na *Chartreuse de Villeneuve-lès-Avignon* o projeto *Gaïa Global Circus*, em que estudantes de várias áreas simulavam uma conferência climática na qual as delegações eram tantos países quanto “floresta”, “mar”, “solo”, “povos indígenas”, “cidades”, “organizações não governamentais”, “organizações internacionais”, “potências econômicas”, “ativos abandonados de petróleo” etc. E os cientistas faziam parte dos delegados, de modo disperso (e não reunidos entre si e separados dos demais, como nas COP do Clima) (Latour, 2020a).

A inspiração de Latour foi a Autoridade Nacional de Águas, existente na Holanda desde o século XIII, que fala em nome dos rios e mares, o que é essencial para um país construído sob diques. Já na Califórnia, ele lamenta que não haja mecanismo de representação semelhante, apesar dos agricultores do Vale Central dependerem das águas do aquífero, que estão sendo superexploradas:

A ficção não é dar voz à água, e sim acreditar que se *poderia prescindir* de representá-la por uma *voz humana* capaz de ser compreendida por outros humanos. O erro não está em fingir representar os não-humanos; de qualquer maneira, fazemos isso o tempo todo quando falamos de rios, viagens, futuro, passado, Estados, a Lei de Deus. O erro estaria em acreditar que é possível levar em conta esses interesses

sem um humano que os encarne, que os *personifique*, que os *autorize*, que *represente* seus interesses. (Latour, 2020a, p. 119)

Fazer Ciência imbricada nas mil voltas do Terrestre é, em última instância, um exercício de representação. E que, cada vez mais, exige que os(as) cientistas aprimorem os sentidos de percepção dos diversos actantes, conforme nos lembra Ailton Krenak (2019, p. 15):

Li uma história de um pesquisador europeu do começo do século XX que estava nos Estados Unidos e chegou a um território dos Hopi. Ele tinha pedido que alguém daquela aldeia facilitasse o encontro dele com uma anciã que ele queria entrevistar. Quando foi encontrá-la, ela estava parada perto de uma rocha. O pesquisador ficou esperando, até que falou: ‘Ela não vai conversar comigo, não?’. Ao que seu facilitador respondeu: ‘Ela está conversando com a irmã dela’. ‘Mas é uma pedra’. E o camarada disse: ‘Qual é o problema?’.

A representação, tão necessária à democracia, porém, encontra obstáculos nas sociedades ocidentais contemporâneas marcadas pela digitalização e pelo culto à exposição, em que os humanos e mais que humanos tendem a ser objetificados:

Hoje, o mundo não é um teatro no qual são *representadas e lidas* ações e sentimentos, mas um *mercado* onde se expõem, vendem e consomem intimidades. O teatro é um lugar de *representação*, enquanto que o mercado é um lugar de *exposição*. Assim, atualmente a *representação* teatral dá lugar à *exposição* pornográfica. (Han, 2017b, p. 80)

Nas sociedades ocidentais, ou ocidentalizadas, o “povo da mercadoria” (Kopenawa & Albert, 2019) não se constrange de colocar em exposição, por exemplo, objetos ancestrais, ossadas de animais e fetos. Algo que enfureceu o pensador yanomami Davi Kopenawa, na primeira vez em que esteve em Paris e que foi levado por seus anfitriões a visitar um museu. Intuindo sabiamente que descrição e prescrição caminham juntas, ele então se questionou:

Afinal, depois de ver todas as coisas daquele museu, acabei me perguntando se os brancos já não teriam começado a adquirir também tantas de nossas coisas só porque nós, Yanomami, já estamos começando também a desaparecer. Por que ficam nos pedindo nossos cestos, nossos arcos e nossos adornos de penas, enquanto os garimpeiros e fazendeiros invadem nossa terra? Será que querem conseguir essas coisas antecipando nossa morte? Será que depois vão querer levar também nossas ossadas para suas cidades? Uma vez mortos, vamos nós ser expostos do mesmo

modo, em caixas de vidro em algum museu? Foi o que tudo aquilo me fez pensar. (Kopenawa & Albert, 2019, p. 429)

O Terrestre nos convida à ação, a “transformar essa casa mercantil novamente numa moradia, numa casa de festas, onde valha mesmo a pena viver” (Han, 2017a, p. 128). Para isso, é preciso ir além da indignação escandalosa e espetacular com o colapso climático:

A sociedade da indignação é uma sociedade do escândalo. Ela não tem *contenance*, não tem compostura. A desobediência, a histeria e a rebeldia – que são características das ondas de indignação – não permitem nenhuma comunicação discreta e factual, nenhum *diálogo*, nenhum *discurso*. (Han, 2018, p. 22)

A indignação fugidia se dispersa sem gerar movimento. Precisamos, portanto, encontrar e contar histórias que nos ajudem a adiar os fins dos mundos:

Nosso tempo é especialista em criar ausências: do sentido de viver em sociedade, do próprio sentido da experiência da vida. Isso gera uma intolerância muito grande com relação a quem ainda é capaz de experimentar o prazer de estar vivo, de dançar, de cantar. E está cheio de pequenas constelações de gente espalhada pelo mundo que dança, canta, faz chover. O tipo de humanidade zumbi que estamos sendo convocados a integrar não tolera tanto prazer, tanta fruição de vida. Então, pregam o fim do mundo como uma possibilidade de fazer a gente desistir dos nossos próprios sonhos. E a minha provocação sobre adiar o fim do mundo é exatamente sempre poder contar mais uma história. Se pudermos fazer isso, estaremos adiando o fim. (Krenak, 2019, p. 19)

Um desafio da comunicação pública das ciências no Novo Regime Climático, portanto, é produzir narrativas que gerem discurso e ação. E um caminho para isso pode ser passar da Natureza para o Terrestre, do Global-Local para os terrenos de vida: “Você já reparou que não são as mesmas emoções despertadas quando se é instado a defender a natureza – você boceja de tédio – ou a defender seu território – você imediatamente se sente mobilizado?” (Latour, 2020b, p. 17).

CONSIDERAÇÕES FINAIS: PISTAS OFERECIDAS PELA EDUCOMUNICAÇÃO

Até aqui, este ensaio alcançou quatro dos cinco objetivos a que se propunha. A partir do pensamento de Bruno Latour e em diálogo com pesquisas recentes

sobre negacionismo climático e científico em geral e com outros(as) autores(as), como Han Jonas e Byung-Chul Han, foi possível: (1) discutir desinformação e o negacionismo climático; (2) focar na importância de se trabalhar a comunicação pública das ciências iluminando os processos de pesquisa e suas controvérsias; (3) debater por que é preciso superar o mito do conhecimento objetivo e aterrar a produção e a comunicação dos diversos saberes; e (4) abordar a relação intrínseca entre ciência, discurso e representação. Falta agora, nestas considerações finais, apresentar práticas educacionais que ofereçam pistas para enfrentar epistemológica e empiricamente os desafios da comunicação pública das ciências na mutação climática.

No Brasil, há uma certa distância histórica entre a educação ambiental e as ciências do clima (Jacobi et al, 2011; WWF-Brasil & Instituto Ecoar, 2009). Na chamada educação climática, tende a predominar “uma leitura conteudista, como repasse de significações do potencial tecnocientífico, com um rol de dicas e sugestões práticas de caráter comportamental, simplista, reducionista e descontextualizada” (Tamaio, 2010, p. 46).

Essa avaliação aparece também na literatura internacional sobre o tema, que aponta que as campanhas de educação ambiental relacionadas às mudanças climáticas são marcadas pela crença de que, para se mudar hábitos e comportamentos, é preciso uma comunicação eficiente e objetiva. Essa visão apoia-se em um pensamento pragmático voltado ao curto-prazo, que continua tratando os receptores como decifradores autômatos ou como simples meios para se atingir um determinado fim (Brulle, 2010; Nerlich et al., 2009).

Bruno Latour (2004, p. 351) nos ensinou, porém, que “a crise ecológica ... apresenta-se antes de tudo como uma revolta generalizada dos meios. Nem nada, nem ninguém quer aceitar servir como simples meio para o exercício de uma vontade qualquer, tida como fim último”. Por isso, a comunicação pública das ciências cada vez mais é provocada a assumir uma postura dialógica, crítica e colaborativa, que encontra embasamento teórico e respaldo metodológico na chamada educação socioambiental (Brianezi & Gattás, 2022).

Um bom exemplo de educação climática que valoriza o conhecimento científico como processo, de maneira educacional, é o Mural do Clima. Ele foi criado pelo francês Cédric Ringenbach, do Centro Nacional Francês de Pesquisa Científica, em 2015, a partir do exercício de pedir a seus estagiários que posicionassem gráficos dos relatórios do IPCC, relacionando-os. Em 2018, o Mural virou associação e foi licenciado em *Creative Commons*, liberado gratuitamente o uso não comercial. No jogo, que possui versão online e impressa, infantil e adulta (em dois níveis – intermediário e avançado),

os(as) participantes posicionam em conjunto, de maneira dialogada, 42 cartas que contém imagens e dados chave dos 6 relatórios já publicados pelo IPCC, buscando a ligação entre elas.

O posicionamento de cada carta e o diálogo gerado a partir da construção do mural são mediados por um(a) facilitador(a). No Brasil, há quase 100 facilitadores(as) do Mural do Clima e mais de 3.000 mil pessoas que já participaram da construção de murais, o que nos coloca como o 2º país fora da Europa com mais edições realizadas¹⁴. Esses números estão diretamente relacionados às Jornadas Virtuais de Aprendizagem em Clima – Jornadas pelo Clima, criadas pela gerente do Climate Reality Brasil¹⁵, Renata Moraes, no final de 2020, e que até o fim de 2022 já havia completado 33 turmas, com 577 microprojetos escritos e 739 participantes certificados.

O Jornadas pelo Clima foi certificado pela Fundação Banco do Brasil como tecnologia social e listado na Biblioteca de Recursos da ONU como referência no setor de educação¹⁶. Cada jornada é composta por 5 encontros semanais, síncronos, de 3 horas cada, com perspectiva lúdica e interativa. E, entre eles, o intercâmbio entre os(as) participantes continua via grupo de WhatsApp – e há missões a serem cumpridas, que buscam aproximar os conhecimentos climáticos da vida de cada um(a). Cada pessoa é incentivada a elaborar um microprojeto, para colocar logo em ação algo do que aprendeu.

Em outubro de 2022 o Climate Reality Brasil enviou um questionário online às pessoas que concluíram as Jornadas pelo Clima, e obteve 67 respostas. Dessas(as) respondentes, apenas 29% de fato realizou o seu microprojeto total ou parcialmente. Apesar do número baixo, as ações geradas são significativas, entre elas: a biblioteca virtual de recursos educacionais abertos de educação climática (*Climateca*) criada pela Coalizão pelo Clima SP¹⁷, e a inclusão da educação climática no programa de ensino de escolas da rede pública municipal do Rio de Janeiro (Lei Municipal nº 7.523/2022), fruto da mobilização promovida pela Coalizão pelo Clima RJ.

A mutação climática multiplica “objetos cabeludos” (Latour, 2004) que nos lembram que passamos do mundo das certezas objetivas para o das probabilidades, demandando abrir e colocar em relação diversas as caixas-pretas dos conhecimentos científicos. Experiências educomunicativas como o Mural do Clima e as Jornadas pelo Clima, a partir de diferentes perspectivas e actantes, parecem fazer do diálogo uma estratégia de tradução e, principalmente, de apropriação do conhecimento científico por públicos e coletivos mobilizados em favor de seus terrenos de vida, no contexto do Novo Regime Climático.

¹⁴Dados de dezembro de 2022 sistematizados pelo Climate Reality Brasil e disponibilizados à autora porque ela faz parte da rede internacional de líderes climáticos do Climate Reality e da rede nacional de facilitadores(as) do Jornadas pelo Clima.

¹⁵Em 2016, o Centro Brasil no Clima (CBC), criado por Alfredo Sirkis (que morreu em 2020), passou a representar no Brasil o The Climate Reality Project, criado 10 anos antes nos Estados Unidos por Al Gore. Em agosto e setembro de 2022, a organização internacional fez seu treinamento anual virtual de lideranças climáticas com foco no Brasil, em português, com 7 mil pessoas inscritas, sendo que 3 mil concluíram a formação.

¹⁶Mais informações disponíveis em (Journey for Climate, 2022).

¹⁷Constantemente atualizada (*Climateca*, n.d.).

AGRADECIMENTOS

Esta publicação é parte das atividades vinculadas ao projeto temático “Como a educomunicação pode ampliar e qualificar as práticas de educação climática na Educação Básico no Brasil?” (FAPESP 2023/08836-2 PPPP)]. 

REFERÊNCIAS

- Brianezi, T., & Gattás, C. (2022). A educomunicação como comunicação para o desenvolvimento sustentável. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 21(41), 33-43. <https://doi.org/10.55738/alaic.v21i41.908>
- Brulle, R. J. (2010). From environmental campaigns to advancing the public dialog: environmental communication for civic engagement. *Environmental Communication*, 4(1), 82-98. <https://doi.org/10.1080/17524030903522397>
- Brum, E. (2021). *Banzeiro Òkòtò - uma viagem à Amazônia Centro do mundo*. Companhia das Letras.
- Bucci, E. (2022). Ciências da Comunicação contra a desinformação. *Comunicação & Educação*, 27(2), 5-19. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v27i2p5-19>
- Canclini, N. G. (2015). *Culturas híbridas*. Edusp.
- Chaparro, M. C. C. (2007). *Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. Summus Editorial.
- Climateca. (n.d.). *Coalizão pelo clima SP*. <https://coalizaopeloclimasp.com.br/climateca/#>
- Direitos Humanos Unicamp. (2022, 24 de agosto). *Webinário internacional: A comunicação da emergência climática*. Youtube. <https://www.youtube.com/playlist?list=PLPyYxZZei69hGc46EpBgobfIKa06quAx8>
- Funtowicz, S. O., & Ravetz, J. R. (2000). *La ciencia posnormal: Ciencia con la gente*. Icaria.
- Hajer, M. A. (1997). *The politics of environmental discourse. Ecological modernization and the policy process*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/019829333X.001.0001>
- Han, B. (2018). *No enxame: Perspectivas do digital*. Vozes.
- Han, B. (2017a). *Sociedade do cansaço*. Vozes.
- Han, B. (2017b). *Sociedade da transparência*. Vozes.
- Intervozes. (2023). *Combate à desinformação sobre a Amazônia Legal e seus defensores*. Intervozes. <https://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2023/04/INTERRelatorioICS-2.pdf>
- Jacobi, P., Guerra, A. F. S., Sulaiman, S. N., & Nepomuceno, T. (2011). Mudanças climáticas globais: a resposta da educação. *Revista Brasileira de Educação*, 16(46), 135-148. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782011000100008>

- Jonas, H. (2006). *O princípio da responsabilidade: Ensaio de uma ética para civilização tecnológica*. Contraponto, Ed. PUC-Rio.
- Journey for Climate. (2022, 16 de fevereiro). *One planet*. <https://www.oneplanetnetwork.org/knowledge-centre/resources/journey-climate>
- Kopenawa, D., & Albert, B. (2019). *A queda do céu: palavras de um xamã yanomami*. Companhia das Letras.
- Krenak, A. (2019). *Ideias para adiar o fim do mundo*. Companhia das Letras.
- Latour, B. (1994a). *Jamais fomos modernos. Ensaio de antropologia simétrica*. Editora 34.
- Latour, B. (1994b). *A profissão de pesquisador: Olhar de um antropólogo*. Conferência-debate no Instituto Nacional de Pesquisas Agronômicas, Paris, França.
- Latour, B. (2000). *Ciência em ação: Como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. Editora UNESP.
- Latour, B. (2004). *Políticas da natureza: Como fazer ciência na democracia*. Edusc.
- Latour, B. (2020a). *Diante de Gaia: Oito conferências sobre a natureza no antropoceno*. Ubu.
- Latour, B. (2020b). *Onde aterrar? Como se orientar politicamente no Antropoceno*. Bazar do Tempo.
- Lei nº 7.523, de 12 de setembro de 2022*. (2022, 12 de setembro). Dispõe sobre a inclusão da temática de Educação Climática no programa de ensino das escolas da rede pública do Município e dá outras providências. Câmara Municipal do Rio de Janeiro. <http://leismunicipa.is/00dfh>
- Leiserowitz, A., Carman, J., Buttermore, N., Neyens, L., Rosenthal, S., Marlon, J., Schneider, J., & Mulcahy, K. (2022). *International public opinion on climate change, 2022*. Yale Program on Climate Change Communication and Data for Good at Meta. <https://climatecommunication.yale.edu/wp-content/uploads/2022/06/international-public-opinion-on-climate-change-2022a.pdf>.
- Massarani, L., Polino, C., Moreira, I., Fagundes, V., & Castelfranchi, Y. (2022). *Confiança na ciência no Brasil em tempos de pandemia*. Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia. https://www.inct-cpct.ufpa.br/wp-content/uploads/2022/12/Resumo_executivo_Confianca_Ciencia_VF_Ascm_5-1.pdf
- Nerlich, B., Koteyko, N., & Brown, B. (2009). Theory and language of climate change communication. *WIREs Climate Change*, 1(1), 97-100. <https://doi.org/10.1002/wcc.2>
- Noblat, R. (2007). *A arte de fazer um jornal diário*. Contexto.
- Preite, W. Sobrinho. (2022, 15 de novembro). Pesquisa: 40% dos brasileiros acham que combustível fóssil é energia limpa. *UOL*. <https://noticias.uol.com.br/>

meio-ambiente/ultimas-noticias/redacao/2022/11/15/pesquisa-fake-news-mudancas-climaticas-brasileiros-combustiveis-fosseis.htm

Santos, B. S. (1999). *Pelas mãos de Alice: O social e o político na pós-modernidade* (7a ed.). Edições Afrontamento.

Tamaio, I. (2010). *Uma proposta de política pública: Parâmetros e diretrizes para a educação ambiental no contexto das mudanças climáticas causadas pela ação humana*. Ministério do Meio Ambiente.

Trajber, R., Brianezi, T., & Biasoli, S. (2023). *Diretrizes de educação ambiental climática*. FunBEA.

WWF-Brasil, & Instituto Ecoar. (2009). *Educação ambiental em tempos de mudanças climáticas*. WWF, Ecoar.

Artigo recebido em 26 de maio de 2023 e aprovado em 13 de junho de 2024.

O jornalismo como arma de “ação psicológica”: *Folha de S.Paulo* e a luta contra a “subversão” na ditadura

*Journalism as a tool of “psychological action”:
Folha de S.Paulo and the struggle against
“subversion” during the dictatorship*

ANDRÉ BONSANTO^a

Universidade Federal de Goiás, PPGCOM. Goiânia – GO, Brasil

RESUMO

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise sobre o papel da *Folha de S.Paulo* na chamada luta “antissubversiva” da ditadura civil-militar no Brasil, tendo como foco uma campanha de “ação psicológica” intitulada “União Contra a Violência”, realizada pelo jornal em julho de 1969. Desta forma, procuramos avançar nas análises sobre o papel do jornalismo como agente legitimador dos aparatos repressivos do Estado, atestando o protagonismo exercido pela *Folha* em um dos períodos de maior recrudescimento do regime, – durante o contexto de criação da Operação Bandeirante (Oban) – bem como a clara sintonia que existia àquele momento entre a empresa e os preceitos doutrinários da ditadura.

Palavras-chave: *Folha de S.Paulo*, jornalismo, ditadura. ação psicológica.

^a Professor Visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Goiás – UFG. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense – UFF. E-mail: andrebonsanto@gmail.com.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of *Folha de S.Paulo* in the so-called “anti-subversive” struggle of the civil-military dictatorship in Brazil, focusing on a campaign of “psychological action” entitled “União Contra a Violência,” published by the newspaper in July 1969. Thus, we seek to further the analysis of the role of journalism as a legitimizing agent of the repressive apparatus of the State, attesting to the role played by *Folha* in one of the periods of greatest recrudescence of the regime (the creation of *Operação Bandeirante*) and the clear harmony between the company and the doctrinal precepts of the dictatorship.

Keywords: *Folha de S.Paulo*, journalism, dictatorship, psychological action.

¹ O projeto “*Responsabilidade de empresas por violações de direitos durante a Ditadura*”, pioneiro no âmbito da justiça de transição no Brasil, é uma iniciativa coordenada pelo Centro de Antropologia e Arqueologia Forense (CAAF) da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp). Além da *Folha de S. Paulo*, única empresa de comunicação contemplada no edital, o projeto investiga ainda a atuação dos grupos Companhia Docas de Santos, Petrobras, Fiat, Itaipu, Josapar, Parapanema, Cobrasma, Companhia Siderúrgica Nacional e Aracruz. As pesquisas são financiadas por um Termo de Ajustamento de Conduta acordado entre o Ministério Público Federal e a Volkswagen, em virtude da recente responsabilização da montadora alemã na violação de direitos humanos durante a ditadura brasileira. Sobre o caso Volkswagen, consultar Silva (2018) e Silva et al. (2022). Para mais informações sobre o referido projeto, acessar: <https://www.unifesp.br/reitoria/caaf/projetos/empresas-e-ditadura>.

² A Oban foi um órgão de informação e repressão política criado em julho de 1969 pelo II Exército de São Paulo, em colaboração com o governo, o exército, as polícias e a elite empresarial local. Tinha como um de seus principais objetivos dismantlar as organizações políticas de esquerda, cada vez mais atuantes no estado de São Paulo e se consolidou como um dos mais notórios e truculentos centros clandestinos da ditadura. Para mais, consultar Fon (1979), Joffily (2013) e Melo (2012).

ESTE TRABALHO É parte de um projeto de pesquisa que procura avançar nos indícios sobre a possível colaboração e responsabilidade do jornal *Folha de S. Paulo* com os órgãos repressivos da ditadura civil-militar brasileira (1964-1985)¹. De caráter acadêmico, teórico-metodológico, mas também jurídico e político, o projeto busca evidenciar as diversas facetas e conexões estabelecidas entre diferentes setores do empresariado e o regime, na tentativa de buscar materialidade comprobatória suficiente para responsabilizar estas empresas e seus dirigentes por relações de cumplicidade com a ditadura. Isso condiciona, ao campo da comunicação em particular, um outro olhar às práticas jornalísticas exercidas durante o período, bem como uma análise mais apurada sobre o efetivo envolvimento das empresas de comunicação com as políticas repressivas dos militares.

É preciso ir além, neste sentido, das análises que se limitam a investigar determinada “cumplicidade” ou “apoio” editorial dado pelos jornais ao golpe de 1964, ou, no outro extremo, seu papel de vítima-resistente da censura perpetrada pelo regime. Este trabalho procura levar em consideração o papel ativo que o jornalismo desempenhou àquele período, o que nos permite pensar na *responsabilidade* destas empresas de forma mais clara e contundente e seu considerável protagonismo na consolidação da lógica repressiva que se desenvolveu durante a ditadura, nos moldes, por exemplo, daquilo que já vem sendo desenvolvido pela historiografia mais recente sobre o tema (Basualdo, 2016; Campos, 2020; Campos et al., 2020; Verbitsky & Bohoslavsky, 2013).

Partindo desta perspectiva, o presente artigo pretende demonstrar como a *Folha de S. Paulo*, durante um dos períodos de maior recrudescimento da ditadura, em julho de 1969, no contexto de criação da Operação Bandeirante (Oban)², se envolveu na elaboração de uma campanha de “ação psicológica”, contrainformação e propaganda – intitulada “União contra a Violência” – conclamando diversos setores da sociedade civil, empresários, políticos e militares a se mobilizarem na chamada luta contra a “subversão”. Com isso, busca também evidenciar não apenas a clara sintonia da empresa com os preceitos doutrinários da ditadura, que culminou na prisão, tortura e morte de centenas de opositores do regime, mas seu papel de protagonismo e responsabilidade assumido àquele momento. O que pode ajudar a desconstruir certas leituras hegemônicas sobre a prática jornalística durante a ditadura, e o papel da *Folha*, em particular, na criação de consensos estabelecidos como pretensamente “democráticos”.

A FOLHA DE S.PAULO E A DITADURA: PARA ALÉM DE CONSENSOS E CONSENTIMENTOS

Já é fato conhecido – e reconhecido – o papel exercido pelos órgãos da chamada grande imprensa no apoio e na sustentação de legitimidade ao golpe que derrubou o presidente João Goulart no Brasil de 1964 (Abreu, 2005; Bonsanto, 2014; Larangeira, 2014). Estudos clássicos como o de Dreifuss (1981) consolidaram a interpretação de que havia àquele momento uma clara “solidariedade de interesses” entre uma elite orgânica, formada pela *intelligentsia empresarial*, – da qual este setor da mídia, em sua grande maioria, fazia parte – e grupos políticos e militares que se mobilizaram econômica e politicamente em campanhas ideológicas para assegurar um clima “apropriado” à intervenção militar. Decorrente desta visão podemos afirmar que o golpe de 1964 fora também “midiático” (Silva, 2014) e que a ditadura militar não pode ser definida indiscriminadamente apenas pelo seu caráter “civil”, já que uma forte orientação classista a configura como “empresarial-militar” (Campos et al., 2020; Comparato, 2014).

No entanto, a narrativa oficial de grupos como a *Folha* segue afirmando que este “apoio” teria sido pontual e que logo em seguida se tornaram resistentes, quando não vítimas das políticas autoritárias do regime, atuando posteriormente com grande protagonismo no processo de redemocratização do país (Mota & Capelato, 1981; Pilagallo, 2012; Pinto, 2012). Se apropriando seletivamente do passado na tentativa de construir uma história particular sobre o período – a partir de estratégias que definimos anteriormente como seus “clichês historiográficos de autolegitimação” (Bonsanto, 2018; 2021) –, a *Folha de S.Paulo*, que em 2009 caracterizou o regime militar como uma “ditabranda”, foi por muito tempo reconhecida, por ela mesma, inclusive, como o “jornal das Diretas”. Em sua última efeméride de cem anos, comemorada em 2021, chegou a se autodenominar como um jornal “a serviço da democracia”, promovendo cursos online gratuitos para seu leitorado, na tentativa de ensinar às novas gerações o que foram os “horrores” da ditadura (Bonsanto, 2022).

Uma leitura mais crítica e detalhada sobre a atuação do jornal no período pode nos revelar outras facetas. Primeiramente, é preciso enfatizar que a censura imposta pelos militares atuou tanto em seu caráter repressivo quanto disciplinador, já que o Estado reconhecia a importância dos meios de comunicação àquele momento para difundir ideias, criar laços emocionais coletivos e legitimar determinados consensos (Ortiz, 1989). Havia, por outro lado, relativa afinidade de interesses entre o empresariado e o regime, conforme já mencionamos anteriormente e, neste sentido, é possível afirmar que a ideologia de “segurança e desenvolvimento” pregada por ambos fez da (auto)censura uma estratégia *conivente e conveniente* para fortalecer ainda mais estas relações de

proximidade (Bonsanto, 2021). O “oportunismo pragmático” praticado pelo jornalismo durante a ditadura auxiliou muitas empresas a potencializar seus negócios durante o período e, ao mesmo tempo, criar uma imagem positiva do regime, de uma sociedade harmônica, que caminhava tranquilamente, livre de conflitos (Aquino, 1999). Seu consentimento foi “virtualmente total” (Smith, 2000), o que nos garante afirmar que para estes órgãos de comunicação houve muito mais autocensura do que censura prévia e efetivo controle da produção noticiosa, ocorrendo *a posteriori* uma espécie de idealização sobre sua atuação combativa, resistente e vitimizadora (Barbosa, 2006).

A *Folha de S.Paulo* foi um dos jornais que seguramente mais se beneficiou desta conjuntura, principalmente após a aquisição do grupo pelos empresários Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, em 1962, dois anos antes da deflagração da ditadura. A narrativa oficial da empresa afirma que aquele fora um momento de severas dificuldades financeiras, onde o jornalismo a princípio foi deixado de lado para que seus dirigentes pudessem focar no saneamento das dívidas e na reformulação da estrutura organizacional e tecnológica do grupo (Mota & Capelato, 1981; Paschoal, 2007; Pinto, 2012).

Passados cinco anos do golpe, em 1969, a *Folha* se posicionava como um dos jornais mais lidos e de maior circulação do Brasil, muito em virtude do exponencial e significativo aumento da frota de veículos próprios da empresa, que passou de 24 carros em 1960, para o crescimento substancial de 165 veículos, cinco anos depois. Vangloriava-se também de ser a detentora do maior e mais moderno parque gráfico da América Latina, representando um conglomerado de empresas recém adquiridas, composta por mais quatro jornais impressos – Última Hora (1965), *Notícias Populares* (1965), *Folha da Tarde* (1967) e *Cidade de Santos* (1967), – bem como a “Fundação Cásper Líbero” e a “Tv Excelsior”, para nos atermos apenas às empresas do ramo da comunicação (Bonsanto, 2021).

Há de se considerar, desta forma, que tamanho crescimento só teria sido possível frente a uma clara aproximação da empresa com os ditames do poder que se configuravam àquele momento. Na ocasião das comemorações de 50 anos da empresa, em 1971, mesmo após a promulgação do AI-5, tendo a ditadura recrudescido seu aparato repressivo de maneira contundente, calando, torturando e eliminando seus opositores de maneira sistemática, a *Folha* afirmava, por exemplo, se manter “profundamente identificada” com os rumos da nação, ao acompanhar “os esforços da Revolução de 64 para a reconstrução do Brasil” (Meio século, 1971).

É por isso que, para além do simples acatamento das políticas impostas pelos militares, precisamos levar em consideração a *responsabilidade* assumida pela empresa durante o período. Isso também nos permite afirmar que há uma

diferença bastante significativa entre um simples “apoio” consentido, dado pelo jornal aos militares, e uma participação ativa, recíproca, que garantiu sustentação e legitimidade a um regime autoritário por, ao menos no caso da *Folha*, praticamente uma década. Mas antes de deixar mais claro em que medida essa sintonia se fez presente através do jornalismo da empresa, em diálogo com as prerrogativas do regime, é preciso definir melhor alguns conceitos oriundos da própria doutrina de segurança da ditadura que orientaram, em certa medida, essas articulações.

DOUTRINA DE SEGURANÇA, AÇÃO PSICOLÓGICA E A LUTA CONTRA A “SUBVERSÃO” NA DITADURA

Um documento importante que nos auxilia a perceber de que forma a ditadura procurou racionalizar suas doutrinas práticas de ação política são os manuais da “Escola Superior de Guerra”. Neles estão estabelecidas de forma clara a “Doutrina de Segurança Nacional” e a visão, por parte dos militares, de que vivenciávamos um momento de “guerra revolucionária”, um conflito particular onde a presença do inimigo interno e “subversivo” era um problema a ser combatido para que a “revolução” alcançasse plenamente seus objetivos³.

Nesta guerra para se alcançar os objetivos nacionais, a Doutrina declarava de antemão com quem deveria contar: “*A responsabilidade de tal processo cabe às elites* [ênfase adicionada], parte que são do próprio povo, em razão justamente de sua participação mais efetiva – e mais esclarecida – na vida nacional” (Brasil, 1979, p. 34). Em virtude de sua “presumida capacitação superior”, da “plena consciência de seu papel” e do “patriotismo de sua atuação”, caberia às elites, assim, “indicar os caminhos a seguir”, interpretando os interesses e aspirações nacionais para que se difundisse na opinião pública os “altos valores da convivência social” e os “autênticos interesses e aspirações” do processo revolucionário em curso (Brasil, 1979).

As Forças Armadas se viam, neste sentido, como apenas “um dos elementos de combate, só episodicamente o mais importante”. Essa guerra, afirmavam, era de toda a nação e deveria ser travada em união, “com a participação efetiva do governo e do povo” (Brasil, 1979, p. 222). Para isso havia instrumentos eficazes, como uma eficiente “ação psicológica”, realizada com o emprego correto da comunicação social, da propaganda e das relações públicas, criando uma corrente de opinião favorável, voltada aos “interesses nacionais” e que mantivesse a população imune à “ação subversiva”.

Utilizar-se da guerra psicológica era fundamental, na visão dos militares, ainda mais com a “sofisticação dos meios de comunicação” contemporâneos, que

³ A “Escola Superior de Guerra” (ESG) foi fundada em 1949 e teve um papel ativo na formação técnico-ideológica e moral das elites militares, políticas e civis do pós-golpe e da ditadura. Suas doutrinas e orientações começaram a ser publicadas de maneira unificada a partir do “Manual Básico” de 1975, sempre com breves e pontuais atualizações conceituais e de conjuntura (Lentz, 2021). Neste trabalho, utilizamos da versão produzida em 1979. No entanto, é importante frisar que, desde a sua fundação, a ESG foi responsável por sistematizar e estabelecer diretrizes que culminaram nos princípios de sua “Doutrina de Segurança Nacional”, fundamental para estabelecer, em fins dos anos 1960, o contexto que delineia este trabalho. O papel de *responsabilidade* que atrelamos à *Folha*, neste sentido, nos mostra que seu protagonismo antecipou, em tese, diretrizes que já circulavam na elite orgânica que dava sustentação e legitimidade ao regime, como veremos a seguir.

permitiam “destruir o inimigo pelo fabuloso poder de penetrar-lhe o espírito e miná-lo a ponto de anular qualquer esforço de defesa, sem que seja necessário, por vezes, o disparo de um único tiro” (Brasil, 1979, p. 227). Assim, nesta guerra, o objetivo maior seria o de “influenciar opiniões, emoções, atitudes e comportamentos” da população na luta contra a subversão. Seu plano de “ação psicológica” deveria congrega uma série de recursos e técnicas – que poderiam ir de “demonstrações” e pedidos de auxílio, a “pressões” e “ameaças” – para gerar essa predisposição de comportamentos na coletividade, executados de forma “agressiva e contínua”, de modo a atuar de maneira preventiva, repressiva e operativa (Brasil, 1979, p. 228).

Há ainda uma lacuna, na historiografia da imprensa brasileira, sobre o papel exercido pelo jornalismo nestas campanhas de “ação psicológica” durante a ditadura. Seja pela escassez de documentação, pouco explorada e sistematizada, seja pela falta de trabalhos mais detidos às dinâmicas dos próprios jornais, que muitas vezes se preocupam em analisar questões pontuais, como o simples “apoio” dado ao golpe, negligenciando a responsabilidade exercida por muitas empresas na sustentação e legitimidade da política repressiva do regime.

Neste ponto, existem pesquisas importantes sendo desenvolvidas em solo argentino, como o trabalho de Risler (2018), que analisa a “dimensão produtiva” da ditadura em seu país, exercida em grande parte com o auxílio das campanhas de ação psicológica protagonizadas pela imprensa. Assim como no Brasil, a ditadura argentina buscou gerar formas de consenso e legitimidade sobre sua atuação, baseadas sobretudo na adesão de valores morais, da ordem e da família e na luta contra a chamada “subversão” e os inimigos internos do regime. As campanhas de ação psicológica foram assim elaboradas como uma política sistemática. Atuando como “tecnologias de correção moral”, tinham como objetivo influenciar as “mentes sociais” da população, a fim de conduzir emoções, impor comportamentos e modelar atitudes e valores que fossem condizentes com as políticas repressivas implementadas pelos militares (Risler, 2018).

Outro trabalho importante foi realizado por Micaela Iturralde (2012; 2014; 2015) em suas pesquisas sobre a atuação do jornal *Clarín* nas campanhas de ação psicológica da última ditadura argentina. De acordo com o ela, o periódico teve papel fundamental na chamada “luta contra a subversão”, atuando na construção de consensos hegemônicos para “difundir, legitimar e implementar” as linhas programáticas do discurso oficial dos militares (Iturralde, 2015). Assim, o jornalismo de *Clarín* participou como um ator político que buscou intervir explicitamente no curso dos acontecimentos, tendo papel fundamental na construção simbólica do governo conduzido pelas Forças Armadas de seu

país, e que foi responsável, acima de tudo, pela legitimação e normalização de seus aparatos repressivos (Iturralde, 2012; 2014).

Veremos logo a frente como essas ações se concretizaram nas páginas da *Folha de S.Paulo*, em linhas muito parecidas com as experiências arroladas acima. Aqui nos cabe enfatizar ainda a importância que deram os militares brasileiros à existência de um “sistema eficaz de informação” capaz de monitorar de forma concreta os movimentos subversivos (Brasil, 1979). Neste sentido, foram implementando progressivamente, desde o golpe de 1964, políticas – sejam elas “legais” ou clandestinas – que permitiram intensificar a instrumentalização do combate à subversão. A Lei de Segurança Nacional, promulgada em março de 1967, por exemplo, garantiu a normalização dos preceitos da “guerra interna”, permitindo que militantes de oposição política pudessem ser indiscriminadamente enquadrados na categoria de “subversivos” e inimigos da nação (Fico, 2001). Foi o decreto do AI-5, em dezembro de 1968, por sua vez, que “institucionalizou” a estratégia dos órgãos de segurança no combate à luta subversiva, representando a “porta de entrada jurídica” para uma mais eficiente e organizada estrutura repressiva durante a ditadura (Alves, 1984; Joffily, 2013).

O final da década de 1960 marca também o recrudescimento das políticas da ditadura contra a luta armada de esquerda, principalmente nos grandes centros urbanos. O regime via nestes grupos uma grande ameaça à sustentação da legitimidade de seu governo e da segurança interna do país, vista sob a ótica de sua própria doutrina de segurança. Depois de ter criado o Serviço Nacional de Informações (SNI), em 1964, e os Centros de Informações do Exército (CIE), Aeronáutica (CISA) e Marinha (CENIMAR), em 1967 e 1968, a ditadura se movimentou para organizar aquele que pode ser considerado um dos mais notórios centros de informação, prisão, tortura e morte do estado de São Paulo e de todo o regime. Mais uma vez, a sintonia e colaboração da elite política e empresarial parecia ser colocada à prova, tendo o jornalismo da *Folha de S.Paulo* um reconhecido protagonismo e participação, conforme veremos.

A UNIÃO E A VIOLÊNCIA: A RESPONSABILIDADE DA FOLHA DE S.PAULO NA LUTA CONTRA A “SUBVERSÃO” NO CONTEXTO DE CRIAÇÃO DA OPERAÇÃO BANDEIRANTE

De acordo com análises correntes da historiografia, foi em fevereiro de 1969, durante o I Seminário de Segurança Interna, em Brasília, que seu deu formalmente a iniciativa para a criação da Operação Bandeirante (Oban), um organismo centralizador da “luta-antissubversiva” que deveria atuar em São Paulo, principal centro no combate à subversão do país (Fon, 1979; Huggins,

1998; Joffily, 2013). Em junho de 1969, sob o comando do general do II Exército, José Canavarro Pereira, uma reunião foi convocada para se debater um plano de combate ao “terrorismo” de forma mais sistemática, que resultou no ato solene de fundação do órgão, em 1º de julho. O ato, segundo consta, foi prestigiado por diversas autoridades civis e militares do Estado, além de personalidades políticas e empresariais (Joffily, 2013, p. 42).

Há indícios de que a Federação das Indústrias de São Paulo foi responsável direta por auxiliar no financiamento do órgão, que lhe socorria com uma “caixinha” onde colaboravam parcelas significativas do empresariado paulista, nacional e internacional. No livro de Gaspari (2002, p. 62) há relatos de que grupos como Ford, Volkswagen e Ultragás, por exemplo, emprestavam carros para a Oban atuar na repressão. Hoje em dia, por conta de uma série de investigações e relatos, referendados pela própria Comissão Nacional da Verdade (Brasil, 2014), sabe-se da participação ativa da *Folha de S. Paulo* na também cessão de seus veículos para a perseguição e captura de opositores do regime. Cláudio Guerra, ex-delegado do Dops, em depoimento à Comissão do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, afirmou que os agentes da ditadura se utilizavam dos carros da empresa “para fazer o levantamento e colocar grampos, porque o carro da imprensa não chamava atenção. Naquela época não tinha a facilidade de hoje (...) e o carro era ótimo para isso” (Bellintani et al., 2017, p. 44)⁴. Além disso, é conhecida a versão de que a *Folha da Tarde*, jornal vespertino do grupo Folha, atuava em completa sintonia com os aparatos repressivos, sendo identificada inclusive como o “Diário Oficial da Oban”, por sempre respaldar a versão oficial e policialesca dos órgãos militares (Kushnir, 2004).

Por conta de seu caráter inicialmente ilegal e clandestino, a Oban não chegou a ser formalizada institucionalmente. Isso lhe garantiu certo “dinamismo” e “flexibilidade” para executar suas atividades repressivas, já que em tese sequer precisava prestar contas de sua atuação (Joffily, 2013). Em 28 de junho de 1969, em uma menção indireta à criação do órgão, a *Folha* chegou a noticiar que São Paulo estava executando um “plano de combate ao terrorismo”. Em entrevista ao jornal, o então governador do Estado, Abreu Sodré, não deu mais detalhes, dizendo apenas que “o plano é sigiloso”, mas já deixava um recado claro à população: “Agora nós também vamos para a ofensiva” (“São Paulo executa”, 1969).

Ainda que mantivessem certo sigilo sobre a configuração do órgão, documentos internos posteriormente produzidos pelos militares descreveram quais seriam as suas funções. A Oban, como uma operação conjunta e coordenada entre diversos órgãos, tinha como objetivo “identificar, localizar e capturar os elementos integrantes dos grupos subversivos” de São Paulo, com a finalidade

⁴ Para além do depoimento do militar, há diversos relatos de ex-presos políticos que afirmam ter visto carros da *Folha* sendo utilizados pelos órgãos de repressão e/ou estacionados nos pátios das prisões. A pesquisa em curso, citada na introdução deste trabalho, está atualmente sistematizando e ampliando um escopo de fontes testemunhais sobre o caso, que pretendem ser futuramente publicadas na forma de livro. Um Informe Público, com resultados parciais da pesquisa, pode ser acessado em: https://www.unifesp.br/reitoria/caaf/images/CAAF/Empresas_e_Ditadura/InformePublico.pdf Vale reforçar também que este é um tema tabu para a própria empresa, que já chegou a afirmar que os carros podem ter sido utilizados pela repressão, mas sem o consentimento de seus dirigentes. Para uma versão oficial do grupo, consultar Pinto (2012).

de “destruir ou pelo menos neutralizar as organizações a que pertençam”⁵. Para isso, contavam com um centro específico destinado a “elaborar diretrizes e desencadear a Ação Psicológica”, bem como realizar campanhas de “contra-propaganda anti-terrorista”⁶.

Conforme procuramos demonstrar neste artigo, a Oban não realizou sozinha seu trabalho de ação psicológica e contrapropaganda. Esta operação precisava ser executada de forma “conjunta e coordenada”, como bem frisou o documento acima. O jornalismo profissional, representado por setores da grande imprensa, trabalhou neste sentido como um agente fundamental na configuração das políticas de contrainformação da ditadura, atuando com reconhecido protagonismo e sendo responsável por legitimar determinados consensos na luta contra a subversão.

A *Folha de S.Paulo*, àquele momento, se mostrava um veículo bastante engajado e solidário às diretrizes da segurança nacional. No dia 1º de julho, formalmente a data de fundação da Operação Bandeirante, o jornal estampava em sua capa as “sinceras congratulações” que recebia do marechal Costa e Silva, então “presidente” da República, por se manter “sempre informando fielmente a população” (“Costa e Silva congratula-se”, 1969). Já no dia 5, o jornal nos mostrava indícios da articulação que se configurava entre o empresariado local e a repressão, ao noticiar a “solidariedade” e “confiança” dada pelos “homens de empresa” aos comandos policiais e militares. Na figura do então presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Theobaldo de Nigris, a *Folha* destacava a repulsa do empresariado aos movimentos subversivos: “é necessário revidar com energia a todos os ataques perpetrados pelos elementos que se escondem atrás dessa agitação” (“Solidariedade dos empresários”, 1969).

Aqui vale um breve parêntese para evidenciar de que forma pareciam se dar estas articulações entre o empresariado e o regime, ainda que de forma velada e não aparente. Neste mesmo dia 5 de julho, a *Folha* veiculou um anúncio da Ford, publicado em outras edições ao longo do mês, sobre seus caminhões F-350, o chamado “Ford Forte”, um veículo que, segundo a publicação, “faz os serviços que exigem rapidez, eficiência, força e economia”. Poderia nos passar despercebida essa desprestigiada publicidade, se não fosse pelo fato de que o anúncio (Figura 1) estampava caminhões de distribuição da própria *Folha de S.Paulo* e da empresa Ultragás, ambas, assim como a Ford, reconhecidamente envolvidas em serviços “fortes” e “eficientes” que, pela cessão de seus carros aos militares, colaboraram com ações repressivas da ditadura, muitas culminando em prisão ilegal, tortura, morte e desaparecimento de militantes políticos⁷.

⁵ As informações no II Exército e a Operação Bandeirante. Departamento de Ordem Política e Social, 28-06-1970. *Arquivo Público do Estado de S.Paulo*, fundo DEOPS, Dossiê 50-Z-9, 74.

⁶ Operação Bandeirante. Central de Difusão. Contra-Propaganda Anti-terrorista. Proposta para ação psicológica, setembro/1969. *Arquivo Público do Estado de S.Paulo*, fundo DEOPS, Dossiê 50-Z-9, 60.

⁷ Sobre o caso da Ford em particular é importante mencionar que a empresa foi indiciada na Argentina por ter cedido aos militares seus modelos “Ford Falcon” para atuar em operações ilegais, envolvendo prisão, tortura e morte de militantes políticos. No ano de 2018, ex-executivos da empresa foram condenados por crimes contra a humanidade no país, que os considerou cúmplices dos militares no envolvimento de sequestro e tortura de ao menos 24 de seus funcionários, em 1976. Para mais, consultar Basualdo (2016) e Molina (2018).

Figura 1

Anúncio Ford Forte.



QUEM NÃO PODE PERDER TEMPO VAI DE

FORD F-350

FORTE

Vote já reparou que é sempre um Ford que faz os serviços que exigem rapidez, eficiência, força e economia? Veja o serviço de entrega de jornais: Lá está o Ford. Um F-350, o único caminhão de tonagem média do Brasil. Transporta 3,5 toneladas de carga. É fácil de manobrar, até no trânsito difícil da cidade. É veloz, forte, tem motor de 161 HP com grande capacidade de aceleração, grande potência, grande torque. É muito econômico pois trabalha com reserva de potência.

Conheça o F-350 no seu Revendedor Ford Forte. E bons lucros.

Ford Caminhões

Adquirir também o F-350 através do Consórcio Nacional.

Nota. Folha de S.Paulo, 5 de julho de 1969.

⁸ Ao longo dos anos 1960, várias emissoras como a TV Record, Excelsior, Globo, Cultura e Bandeirantes foram atingidas por incêndios de diferentes proporções. Em nenhum deles foi confirmado o envolvimento de grupos de esquerda, que nunca assumiram a autoria dos “atentados”. A própria *Folha*, em matéria interna noticiando o caso, afirmou à época que as opiniões no meio policial pareciam divergir quanto às origens do incêndio: “Uns acham que foram terroristas ... Outros acreditam que empregados descontentes sejam os responsáveis. E há os que pensam em acidente puro e simples. ... No corpo de Bombeiros pouco acreditam em terrorismo ou incêndio proposital: ali, a maioria pensa em acidente mesmo.” (“Destruída a metade”, 1969).

As publicações do jornal mostravam assim o grau de sintonia entre os grupos empresariais, políticos e militares, que se mobilizaram à época na luta contra os chamados movimentos “subversivos”. O estopim dos acontecimentos parece ter se dado com um incêndio que destruiu parte significativa do patrimônio da Tv Bandeirantes, em São Paulo, no dia 16 de julho de 1969. No dia seguinte, a *Folha* dava amplo destaque ao caso em sua capa. De acordo com o governador Abreu Sodré, estes incêndios só poderiam ser “obra dos terroristas”, daí a necessidade de o povo “unir-se ao governo, na luta contra os inimigos da pátria”⁸:

Faço um apelo para que cada um se transforme num guarda da tranquilidade e da vida de todos. Não cabe só à polícia defender-nos numa guerra incerta. Cabe a todos os brasileiros de S.Paulo. Apontem onde estão os traidores, onde estão os assassinos dos nossos soldados [...] Será que continuaremos, paulistas, de braços cruzados, vendo que a cada dia um de nós tomba vítima desses atentados? Não. Todos estamos hoje mobilizados, do governador do Estado ao mais humilde servidor. Todos estão convocados para dar combate àqueles que se escondem para matar, para queimar, para silenciar a voz de São Paulo. [...] fiquem atentos, transformem-se em policiais civis e denunciem todo elemento desconhecido, toda

atitude suspeita que notarem em um terreno baldio, em uma casa, em um bar, em um apartamento. Denunciem, chamem a polícia, ajudem-nos a prender, cooperem para que possamos deitar as mãos nesse grupo. (“Sodré: incêndio”, 1969)

Além deste contundente pronunciamento do governador, incitando a população a denunciar, a não permanecer de braços cruzados, a tornarem-se espécie de policiais para que juntos pudessem “deitar as mãos” nos elementos subversivos, a *Folha* destacou ainda uma fala do general José Canavarro Pereira, comandante do II Exército e um dos fundadores da Oban, conforme vimos. Para o general, a segurança do país era responsabilidade de “todo o povo”, manifestando com isso sua preocupação “diante da necessidade de ser encetada uma campanha cívica de reeducação dos jovens” (“General Canavarro”, 1969).

O jornalismo da *Folha* parece ter ido além, atendendo prontamente ao chamado dos empresários, do governador e do general. Neste mesmo dia iniciou uma campanha, intitulada “União contra a Violência”, que ganharia proeminência em suas páginas ao longo de praticamente um mês. Mesmo sem ter sido comprovada a origem dos incêndios, o jornal declarava sua solidariedade contra as “manifestações de insanidade” articuladas por um “adversário ardiloso, inescrupuloso e ousado” que procurava comprometer a tranquilidade pública. Solidariedade que, de acordo com editorial publicado pela *Folha*, deveria ser traduzida:

numa união mais íntima, principalmente entre aqueles que têm um patrimônio a defender – patrimônio que não é, prioritariamente, de alguns homens ou de algumas empresas, mas pertence antes ao Estado e ao país, a cujo serviço se encontra. Essa união, naturalmente, há de fazer-se em torno das autoridades constituídas, para que prossigam nos esforços destinados a transformar o Brasil no grande país dos nossos sonhos – objetivo que, felizmente, vai sendo pouco a pouco atingido, não obstante os desatinos de uma minoria.

Ao lado dessa união – que é dever de todos os brasileiros conscientes e responsáveis – impõe-se redobrar a vigilância contra o inimigo. . . . Mas não se espere tudo do poder público, pois todos sabem que segurança – principalmente nas circunstâncias atuais – é responsabilidade de cada cidadão e de cada comunidade. . . . Às vítimas de agora resta o consolo de saberem que não estão sós, nesta hora de tristeza. Com elas está o que o país tem de melhor, nas suas reservas morais. A elas oferecemos o conforto de uma solidariedade incondicional, reforçada por aquele apelo à união e à vigilância contra os que querem intranquilizar a família brasileira e impedir que o Brasil alcance seus altos destinos. (“União contra”, 1969)

Nos dias seguintes, o jornal começou a reproduzir em suas páginas as manifestações de apoio que vinha recebendo pelo posicionamento de sua campanha, devido a “tanta repercussão [que] está tendo na imprensa e em outros setores da vida brasileira” (“Repercute o apelo”, 1969). Novamente, o general José Canavarro teve seus discursos destacados pela *Folha*, agora em ocasião da homenagem prestada às Forças Armadas pela Associação Comercial de São Paulo, onde reforçava que “empresários e autoridades” deveriam “marchar juntos na busca da consecução dos objetivos da Revolução”. Para o general, a atuação do empresariado se mostrava fundamental no trabalho de formação política da nacionalidade brasileira: “É, porém, no campo psico-social onde a empresa deve desempenhar, no momento, o seu grande papel” (“Canavarro: empresários”, 1969).

No dia 20 de julho, um extenso manifesto político-publicitário foi publicado nas páginas internas da *Folha*. Desta vez, a FIESP se solidarizava com a campanha do jornal, dando seu recado ao “povo brasileiro” contra os grupos de subversivos que “desertaram a Pátria”. De acordo com a Federação, este era um momento “propício para uma tomada de consciência”:

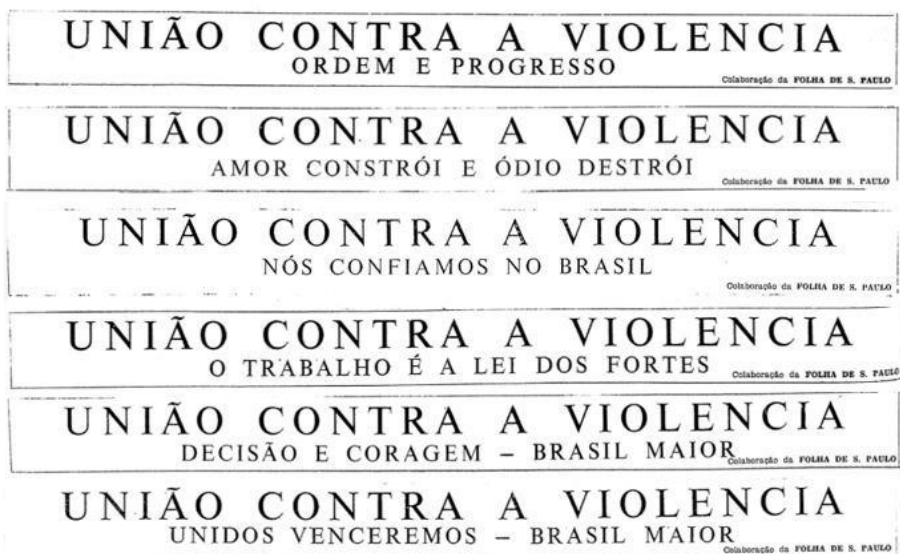
Seria uma criminosa omissão cruzar os braços no exato momento em que idéias rebeldes de aniquilamento de nossas melhores tradições são postas em prática. . . . Os empresários industriais de São Paulo, absolutamente convictos da grande responsabilidade que pesa sobre seus ombros – e com a autoridade moral e cívica conquistada nas lutas democráticas que travaram, ao lado das nossas Forças Armadas, na memorável campanha de redenção nacional de 1964, – sentem-se no dever de alertar as famílias, os trabalhadores, os estudantes, os intelectuais, enfim, todo o laborioso povo brasileiro, para uma indispensável tomada de consciência, no sentido de uma união coesa e de ação indestrutível contra a impudência e a maldade dos que pretendem, com as armas anti-cristãs do terrorismo, subverter a ordem pública e aniquilar a segurança nacional. . . . Os empresários industriais de São Paulo, confiando plenamente no patriotismo e no alto espírito de coesão de nossas Forças Armadas, concitam o povo à mais estreita colaboração com o Governo Brasileiro, repelindo, por todos os meios ao alcance de cada um e de todos, as criminosas tentativas de perturbação da ordem. (“A Indústria Paulista”, 1969)

Junto a esse manifesto, a *Folha* começou a confeccionar cabeçalhos com mensagens publicitárias da campanha “União contra a Violência”, reproduzidos ao longo das próximas semanas (Figura 2), com as seguintes mensagens: “ordem e progresso”; “amor constrói e ódio destrói”; “nós confiamos no Brasil”; “o trabalho é a lei dos fortes”; “decisão e coragem – Brasil maior”; “unidos

venceremos – Brasil maior”, todas assinadas como uma “colaboração da Folha de S.Paulo”. O jornal seguia convicto em sua colaboração, se mostrando um dos grandes responsáveis pela mobilização do povo com o governo para “banir da vida nacional” as atividades do “terrorismo”. Quem lhe atestava novamente este reconhecimento era o presidente da FIESP, Theobaldo de Nigris, que acreditava fundamental o trabalho de mobilização da opinião pública contra os “inimigos da Pátria”: “e ninguém melhor que os órgãos de divulgação para responder pela condução desse movimento, a exemplo do que já vem fazendo a FOLHA DE S.PAULO”(“Empresário: união”, 1969).

Figura 2

Campanha “União Contra a Violência”, cabeçalhos publicados nas páginas da Folha de S.Paulo ao longo do mês de julho de 1969



Nota. Elaboração dos autores.

Reforçando o respaldo de seus parceiros de luta, a *Folha* publicava outro editorial para frisar a necessidade do “apelo” que fizera na união contra a violência: “e é com prazer que registamos estar ele sensibilizando áreas de opinião”(“Contra a violência”, 1969). Aproveitava para enfatizar uma vez mais que as atividades do “terrorismo” não se dirigiam apenas contra o governo, pois quem sofria suas consequências era o próprio povo. Neste ponto, o jornalismo da *Folha* realizava trabalhos que não se limitavam a ações preventivas, pois atuava também, – como nos mostraram as práticas recomendadas dos manuais da “Escola Superior de Guerra” – em seu caráter “repressivo” e “operativo”. Era

o que fazia o jornal, por exemplo, quando estampava em suas páginas fotos e nomes de “terroristas procurados”, muitos dos quais foram posteriormente presos, torturados e mortos pela ditadura (“São 25 os procurados”, 1969).

Era esse o tom que moldava a colaboração da empresa na luta contra os chamados grupos subversivos. Não nos cabe aqui repetir em exaustão estes discursos, uma vez que já evidenciamos de que forma o jornalismo da *Folha* foi responsável direto por essa articulação. Apenas para situarmos a amplitude e penetração da campanha, vale citar que o jornal ainda recebeu, ao longo do mês, manifestações de apoio de entidades do comércio (“Entidades do comércio”, 1969); das classes rurais (“Líderes rurais”, 1969); da arquidiocese (“Cardeal Rossi”, 1969); do governo do Estado – que deu seu “aplauso à iniciativa do jornal . . . [por atuar] como órgão de convocação da população . . . , inteiramente sintonizado com as necessidades presentes” (“Sodré conclama”, 1969); da bolsa de valores – declarando que a iniciativa da *Folha* se mostrava uma campanha de “salvação nacional”, de grande repercussão e “absolutamente necessária” (“Bolsa conclama”, 1969); e, por fim, do comandante do II Exército, general Canavarro, que classificou a campanha da *Folha* como “patriota e meritória” (“Canavarro: união”, 1969).

No dia 03 de agosto de 1969, praticamente um mês após a criação da Oban, a *Folha* finalizava sua campanha com mais um editorial, reconhecendo que seu apelo teria sido “plenamente correspondido” por toda a comunidade brasileira: “altas autoridades civis, militares e eclesiásticas, bem como as classes empresariais, juntaram sua voz à nossa e à da opinião pública” (“A união e a violência”, 1969). Por um ato que não podemos considerar como falho, a *Folha* realizou um sutil deslocamento semântico no título de sua campanha, ao nomear seu editorial como “A união e a violência”. Era como se não bastasse mais conclamar a população a se unir “contra” ela, mas sim “com” violência. Desta forma, finalizava o texto afirmando que os objetivos a que se propuseram teriam sido atingidos: deter a violência subversiva com a união de todas as pessoas “responsáveis”.

Faltava apenas despertar a consciência destas para a necessidade de uma tomada de posição, clara e definida, contra os que insistiam em afrontá-las. Foi o que este jornal procurou fazer, formulando seu apelo à “união contra a violência”, que era ao mesmo tempo uma mensagem de alerta e de confiança nos destinos do país. . . .

Dando agora por encerrada essa campanha, agradecemos os que se integraram nela e a prestigiaram, convidando-os a permanecer vigilantes contra os que não querem ver o país progredir em paz. . . . A violência, infelizmente, não está totalmente extirpada de nosso meio, mas temos absoluta convicção de que ela não florescerá, entre outras razões por ser frontalmente contrária à própria formação do povo

brasileiro; não florescerá, ainda, porque, despertados para o problema criado pela ousadia dos radicais, saberemos unir-nos contra eles, numa frente única com as autoridades constituídas. (“A união e a violência”, 1969)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A necessidade de uma tomada de posição “clara e definida”, conclamada a partir de uma “frente única” com as autoridades constituídas, tornou a empreitada assumida pela *Folha* um sucesso não apenas editorial, a nível jornalístico, já que não era apenas ela quem reconhecia o sucesso do seu próprio trabalho. Documentos produzidos no ano seguinte, em 1970, pelos órgãos de segurança da ditadura, afirmavam que o “êxito da repressão à subversão” e ao “terrorismo” em São Paulo residiam, em síntese, “no apoio das elites civis e autoridades civis e militares, no trabalho integrado que soma esforços e multiplica resultados.”⁹ Assim, o II Exército se referia à Oban com “grande e justo orgulho”, pois “sem dúvida alguma, marcou o início da nossa ofensiva no campo da subversão e está se constituindo um exemplo para todo o país.”¹⁰

A união e a violência assumidas pelos setores empresariais, políticos e militares – dentre os quais o jornalismo da *Folha de S. Paulo* teve um papel significativo, conforme pudemos evidenciar neste artigo – foram responsáveis por um modelo pioneiro de combate aos opositores do regime. Seus mecanismos de informação e repressão tornaram-se tão eficientes que acabaram servindo de modelo para a implementação dos Destacamentos de Operações de Informações – Centros de Operações de Defesa Interna (DOI-CODI), difundidos posteriormente em todo o país. O relatório final da Comissão Nacional da Verdade (Brasil, 2014) afirma ser difícil apontar o número exato de presos políticos que tiveram seus direitos violados nestes locais. Apenas no DOI-CODI do II Exército, pertencente à região de São Paulo, mais de 5 mil pessoas teriam sido detidas em suas dependências, das quais ao menos 50 delas não saíram de lá com vida. Números que a *Folha* hoje provavelmente não deve se orgulhar. Caberia ao menos, por parte da empresa, reconhecer sua *responsabilidade* perante estes atos, antes de proclamar tão categoricamente seu papel “a serviço” da democracia. ■

⁹ A subversão e o terrorismo em São Paulo. Departamento de Ordem Política e Social, 17 de agosto de 1970. *Arquivo Público do Estado de S. Paulo*, fundo DEOPS, Dossiê 50-Z-09-87

¹⁰ As informações no II Exército e a Operação Bandeirante. Departamento de Ordem Política e Social, 28-06-1970. *Arquivo Público do Estado de S. Paulo*, fundo DEOPS, Dossiê 50-Z-09-74.

REFERÊNCIAS

- Abreu, A. (2005). Imprensa e a queda do governo de João Goulart. In A. Bragança & S. Moreira (Orgs.). *Comunicação, acontecimento e memória*. Intercom.
- A Indústria Paulista ao Povo Brasileiro. (1969, 20 de julho). *Folha de S. Paulo*, ano XLIX, nº 14.644, p. 5.

- Alves, M. H. M. (1984). *Estado e oposição no Brasil (1964-1984)*. Vozes.
- Aquino, M. A. (1999). *Censura, Imprensa e Estado Autoritário: o exercício cotidiano da dominação e da resistência: O Estado de São Paulo e Movimento*. EDUSC.
- A União e a Violência. (1969, 3 de agosto). *Folha de S. Paulo*, ano XLIX, nº 14.658, capa.
- Barbosa, M. C. (2006). Imprensa e poder no Brasil pós-1930. *Em Questão*, 12(2), 215-234.
- Basualdo, V. (2006). Complicidad patronal-militar en la última dictadura argentina: Los casos de Acindar, Astarsa, Dálmine Siderca, Ford, Ledesma y Mercedes Benz. *Revista Engranajes*, 5, 1-21.
- Basualdo, V. (2016). *Responsabilidad empresarial en delitos de lesa humanidad: represión a trabajadores durante el terrorismo de Estado*. EdUNAM, Centro de Estudios Legales y Sociales, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Bellintani, M., Trujillo, D. Jr., & Tanji T. (Orgs.). (2017). *Jornalistas de São Paulo e a ditadura. Relatório da Comissão da Verdade, Memória e Justiça do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo*. Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo.
- Bonsanto, A. (2014). *O presente da memória: uso do passado e as (re)construções de identidade da Folha de S. Paulo, entre o ‘golpe de 1964’ e a ‘ditabranda’*. Paco Editorial.
- Bonsanto, A. (2018). História e memória da ditadura militar em tempos de (auto)censura: o jornalismo brasileiro e seus clichês historiográficos de autolegitimação. *Parágrafo*, 6(3), 77-96.
- Bonsanto, A. (2021). *A verdade dita é dura: jornalismo, história e ditadura militar no Brasil (do golpe de 1964 à Comissão Nacional da Verdade)*. Dialética.
- Bonsanto, A. (2022). Um Jornal a Serviço de si: tradições (re)inventadas nos 100 anos da Folha de S. Paulo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 19(2), 79-91.
- Bolsa conclama à união contra a violência. (1969, 31 de julho). *Folha de S. Paulo*, ano XLIX, nº 14.655.
- Brasil. (1979). *Estado-maior das Forças Armadas: Escola Superior de Guerra: Doutrina Básica*. ESG.
- Brasil. (2014). Comissão Nacional da Verdade. Relatório. *Comissão Nacional da Verdade: v. I e II. Textos temáticos*. CNV. http://www.cnv.gov.br/images/pdf/relatorio/volume_1_digital.pdf
- Campos, P. H. P. (2020). Empresariado e ditadura no Brasil: fontes, métodos e historiografia. *Sillogés*, 3(1), 15-42.
- Campos, P. H. P., Brandão, R. V. M., & Lemos, R. L. C. N. (Orgs.). (2020). *Empresariado e ditadura no Brasil*. Consequência.

- Canavarro: empresários e Governo devem consolidar a Revolução. (1969, 18 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.642, p. 12.
- Canavarro: união contra subversão. (1969, 3 de agosto). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.658, p. 3.
- Cardeal Rossi condena atos de terrorismo. (1969, 25 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.649, capa.
- Comparato, F. K. (2014). Compreensão histórica do regime empresarial-militar brasileiro. *Caderno IHU Ideias*, 12(205), 5-25.
- Contra a violência. (1969, 22 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.646, p. 4.
- Costa e Silva congratula-se com as FOLHAS. (1969, 1 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.625.
- Destruída a metade do prédio do 13. (1969, 17 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.641, p. 9.
- Dreifuss, R. A. (1981). *1964: a conquista do Estado – ação política, poder e golpe de classe*. Vozes.
- Empresário: união povo-governo. (1969, 22 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.646, p. 3.
- Entidades do comércio pregam União e Trabalho. (1969, 23 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.647.
- Fico, C. (2001). *Como eles agiam: os subterrâneos da ditadura militar, espionagem e polícia política*. Record.
- Fon, A. C. (1979). *Tortura: a história da repressão política no Brasil*. Global.
- Gaspari, E. (2002). *A ditadura escancarada*. Companhia das Letras.
- General Canavarro: Segurança é de responsabilidade de todo o povo. (1969, 17 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.641, p. 3.
- Huggins, M. K. (1998). *Polícia e Política: relações Estados Unidos/América Latina*. Cortez.
- Iturralde, M. (2012). El diario Clarín y la “campana antiargentina”: la construcción de un consenso en torno a las violaciones a los derechos humanos. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 1(2), 105-115. <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.1220123942>
- Iturralde, M. (2014). Prensa y dictadura en argentina: el diario Clarín ante las violaciones a los derechos humanos durante la última dictadura militar (1975-1983). *Projeto História*, 50, 289-303.
- Iturralde, M. (2015). *Comunicar y castigar. Clarín y la “guerra cultural contra la subversión”*[Apresentação de trabalho]. 15ª Jornadas Interescuelas/Departamentos De Historia, Comodoro Rivadavia, Chubut, Argentina. <http://humadoc.mdp.edu.ar:8080/xmlui/handle/123456789/511>

- Joffily, M. (2013). *No Centro da Engrenagem: os interrogatórios na Operação Bandeirante e no Doi de São Paulo (1969-1975)*. EDUSP.
- Kushnir, B. (2004). *Cães de Guarda: jornalistas e censores, do AI5 à Constituição de 1988*. Boitempo.
- Larangeira, A. N. (2014). *A mídia e o regime militar*. Sulina.
- Lentz, R. (2021). *Pensamento político dos militares no Brasil: mudanças e permanências na doutrina da ESG (1974-2016)* [Tese de doutorado Universidade de Brasília]. Repositório Institucional da UnB. <http://www.realp.unb.br/jspui/handle/10482/42688>
- Líderes rurais apóiam a união contra a violência. (1969, 24 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.648.
- Meio século. (1971, 19 de fevereiro). *Folha de S.Paulo*, ano LI, nº 15.223, p. 04.
- Melo, J. J. (2012). *Boilesen, um empresário da ditadura: a questão do apoio do empresariado paulista à Oban/Operação Bandeirantes, 1969-1971* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense]. Repositório Institucional UFF. <https://app.uff.br/riuff/handle/1/16096>
- Molina, F. R. (2018, 12 de dezembro). Argentina condena ex-executivos da Ford por crimes contra a humanidade. *El país*. <https://bit.ly/3LB1GOC>
- Mota, C. G. S. S., & Capelato, M. H. (1981). *História da Folha de S.Paulo (1921-1981)*. Impress.
- Ortiz, R. (1989). *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural* (2a ed.). Brasiliense.
- Paschoal, E. (2007). *A trajetória de Octavio Frias de Oliveira* (2a ed.). Publifolha.
- Pilagallo, O. (2012). *História da imprensa paulista*. Três Estrelas.
- Pinto, A. E. S. (2012). *Folha Explica: Folha*. Publifolha.
- Repercute o apelo à União contra a violência. (1969, 18 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.642, p. 3.
- Risler, J. (2018). *La acción psicológica: dictadura, inteligencia y gobierno de las emociones (1955-1981)*. Tinta Limón.
- São Paulo executa plano contra terrorismo. (1969, 28 de junho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.622, p. 3.
- São 25 os procurados por terrorismo. (1969, 22 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.646, p. 17.
- Silva, J. M. (2014). *1964. Golpe midiático-civil-militar*. Sulina.
- Silva, M. A. C. (2018). *As Práticas de Normalização da Violência Operacionalizadas pela Volkswagen do Brasil na Ditadura Militar Brasileira (1964-1985)* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro]. <https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.52605>

- Silva, M. A. C., Campos, P. H. P. & Costa, A. (2022). A Volkswagen e a ditadura: a colaboração da montadora alemã com a repressão aos trabalhadores durante o regime civil-militar brasileiro. *Revista Brasileira de História*, 42(89), 141-164. <https://doi.org/10.1590/1806-93472022v42n89-08>
- Sodré conclama povo a unir-se contra violência. (1969, 27 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.651.
- Sodré: incêndio das televisões faz parte de plano terrorista. (1969, 17 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.641, p. 3.
- Solidariedade dos empresários ao comando da Força Pública. (1969, 5 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.629, p. 3.
- Smith, A.-M. (2000). *Um acordo forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil*. Editora FGV.
- União contra a violência. (1969, 17 de julho). *Folha de S.Paulo*, ano XLIX, nº 14.641, p. 4.
- Verbitsky, H., & Bohoslavsky, J. P. (Eds.). (2013). *Cuentas pendientes: Los cómplices económicos de la dictadura*. Siglo Veintiuno Editores.

Artigo recebido em 28 de abril de 2023 e aprovado em 23 de junho de 2024.

Objeto de memória como categoria de análise de capas de disco

The object of memory as an analytical category of album covers

HEROM VARGAS^a

Bolsista Produtividade em Pesquisa, nível 2, CNPq. Vice-presidente da sessão latino-americana da International Association for the Study of Popular Music (IASPM-AL). São Paulo – SP, Brasil.

RESUMO

A partir de autores ligados aos estudos de memória, comunicação e cultura, este artigo discute a noção de *objeto de memória* como categoria na análise de capas de disco *long playing* (vinil), no contexto das relações que envolvem práticas culturais, música e materialidades. Como representações culturais partilhadas por artistas, gravadoras e fãs, as capas articulam memórias visuais acionadas no tempo, do passado ao presente, pelos sentidos a elas atribuídos, sua presença e sua materialidade (desgastes, imperfeições etc.). Observa-se como alguns autores tratam o termo objeto de memória, ou circundam a noção, para, ao longo desse diálogo, refletir sobre a efetividade da categoria na análise das capas de disco.

Palavras-chave: Capa de disco, objeto de memória, memória

^a Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Bolsista Produtividade em Pesquisa, nível 2, CNPq. Vice-presidente da sessão latino-americana da International Association for the Study of Popular Music (IASPM-AL). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7837-6740> E-mail: heromvargas50@gmail.com

ABSTRACT

Based on authors from memory, communication, and culture studies, this study discusses the notion of the *object of memory* as a category in the analysis of long-playing album covers (LP/vinyl) within the relations that involve cultural practices, music, and materialities. As cultural representations shared by artists, record labels, and fans, covers articulate visual memories triggered over time (from the past to the present) by the meanings attributed to them, their presence, and their materiality (wear, imperfections, etc.). This study will observe how some authors treat the term *object of memory* or surround the notion to reflect on the effectiveness of the category in the analysis of album covers throughout this dialogue.

Keywords: Album cover, object of memory, memory

¹ Lançado nos Estados Unidos da América (EUA) em 1948 pela Columbia, o *long playing* (LP) é um disco com formato de gravação diferente. Tinha 10 ou 12 polegadas de diâmetro, sulcos menores do que os discos de 78 rotações por minuto (rpm) e girava em velocidade menor, 33 ⅓ rpm. Tudo isso significava maior tempo de gravação, daí o nome.

DOIS ASPECTOS SÃO importantes quando se fala em discos de vinil atualmente. Com o surgimento e popularização do *compact disc* (CD), entre os anos 1980 e 1990, os discos *long playing* (LP ou vinil, como são hoje chamados)¹ passaram a ser menos procurados, tendo sua produção, de forma geral, diminuída ou descontinuada. No Brasil, uma fábrica de discos foi na contramão desse processo: em 1999, dois profissionais da área fonográfica criaram a Polysom, no Rio de Janeiro, com o objetivo de continuar a produção e a oferta de discos. Mas o sonho durou apenas até 2007: impossibilitados de lidar com os custos e com a demanda cada vez mais reduzida, o negócio foi fechado. Até que, em 2009, outros empresários adquiriram o maquinário e o espaço e retomaram as atividades, já com a mira em um novo tipo de mercado consumidor: adulto, de maior poder aquisitivo, e que trata o LP como objeto de culto, e uma juventude que vem aprendendo a conhecer esse suporte de gravação (*A fantástica fábrica de vinil*, n.d.). Um dos interesses desse público é a experiência estética tripla que o disco e sua capa proporcionam: o manuseio e a tatilidade, as imagens da capa e o produto acústico da gravação. Muitos artistas têm correspondido a esse interesse de mercado, mesmo que muito reduzido, e lançado seus trabalhos em três diferentes formatos: CD, plataformas de streaming e vinil. Nesse caso, mesmo que o produto seja um lançamento, o formato LP aponta para uma tecnologia antiga, que demanda um *hardware* (toca-discos) pouco utilizado e constrói uma experiência estética e midiática que já não é mais a forma hegemônica atual do mercado musical. Convivendo com outros suportes de gravação e práticas de consumo e de audição no campo da cultura das mídias, o LP, mesmo novo, realiza um processo comunicacional distinto das práticas mais contemporâneas. Com o disco de vinil, a história cultural das mídias se rebobina e deixa de ser um processo evolutivo linear e unidirecional para se apresentar como malha tecida em distintos níveis de usos e significações, inovações e reapropriações.

Um segundo aspecto está relacionado aos LPs como peças de colecionadores que circulam em um mercado menos conhecido: as chamadas feiras de vinil que ocorrem, em especial, nos grandes centros urbanos. Nesses locais, as trocas e o encantamento marcam sua lógica de funcionamento:

O espaço da feira é cheio de bancas com as capas expostas e acessíveis ao manuseio pelos interessados como nas antigas lojas de música. É possível observar que muitas pessoas chegam ávidas para encontrar a obra que procuram ou para se surpreenderem com alguma raridade. O encantamento é visível nos rostos de grande parte dos frequentadores: primeiro de quem vende, pelo orgulho de ter o exemplar procurado; depois, dos compradores, pela conquista; por fim, do público

em geral, em busca de lazer e entretenimento em torno desse objeto que volta a participar dos roteiros culturais das cidades. (Vargas, 2020, p. 639)

Entretenimento, encantamento, experiência estética e consumo simbólico são marcas desse mercado fundado na potência semiótica e afetiva desse objeto que conjuga o disco LP e sua capa. Nas feiras de vinil, o disco é pensado como peça de colecionador, mas não exatamente como objeto inerte, sem sua função original².

Há aqui um paradoxo sutil. De um lado, conforme Benjamin (2009, p. 239), é “decisivo na arte de colecionar que o objeto seja desligado de todas as suas funções primitivas, a fim de travar a relação mais íntima que se pode imaginar com aquilo que lhe é semelhante”. Baudrillard (2008, p. 95) trata a coleção como “empreendimento apaixonado de posse”, em que “a prosa cotidiana dos objetos se torna poesia, discurso inconsciente e triunfal”. O colecionador quer possuir determinada peça, a reverência pela raridade e por completar um espaço do sintagma do acervo. Para satisfazer essa paixão, retira o exemplar de suas funções cotidianas e dos sentidos denotativos para colocá-lo em nova construção poética definida pela subjetividade ou por uma idiossincrática noção de ordem. No entanto, por outro lado, no caso do disco, a preservação do objeto também está ligada a sua propriedade fundante e original de tocar música. Acondicionado em uma embalagem (a capa), suas funções cotidianas são mantidas. Aqui, os vínculos subjetivos e apaixonados com o objeto na coleção se articulam à manutenção de sua integridade para que continue a funcionar conforme seus protocolos de existência, por mais que estes estejam, aparentemente, vinculados a práticas sociais e midiáticas ainda existentes, embora já não mais hegemônicas.

Mesmo ligada a esse paradoxo, a peça usada e guardada em uma coleção ganha outros sentidos em sua materialidade, destaques em seu percurso de vida, produto de manuseios pelos sujeitos com os quais se relacionara ao longo do tempo. Ela tem história, marcas físicas e articula-se a contextos distintos, perfil observado e estudado pelos colecionadores:

O maior fascínio do colecionador é encerrar cada peça num círculo mágico onde ela se fixa quando passa por ela a última excitação – a excitação da compra. Tudo que é lembrado, pensado, conscientizado, torna-se alicerce, moldura, pedestal, fecho de seus pertences. A época, a região, a arte, o dono anterior – para o verdadeiro colecionador todos esses detalhes se somam para formar uma enciclopédia mágica, cuja quintessência é o destino do seu objeto. Aqui, portanto, neste campo restrito, pode-se presumir como os grandes fisiognomonistas – e os colecionadores são os fisiognomonistas do mundo dos objetos – se tornam intérpretes do destino. (Benjamin, 1987, p. 228)

² É sempre importante pensar que o culto atual ao disco de vinil e às experiências estética, cultural e de consumo que encerra levam em consideração tanto esse complexo objeto, que articula audição, tato e visão, quanto um sistema maior que o põe em funcionamento, ou seja, o disco propriamente dito e o aparelho tocador. Assim, busca-se aqui enfatizar os aspectos visuais e táteis da embalagem do produto desse sistema, ampliando, com isso, os limites da observação da pesquisadora Simone Pereira de Sá (2009) que centraliza a experiência no par disco/toca-discos. Segundo a autora, “o que está em jogo nessa prática e como seus defensores justificam a sua paixão . . . é o de que as características materiais do vinil e do toca-discos constituem elementos centrais do discurso. E é somente a partir delas que os informantes legitimam culturalmente essa forma de escuta” (Sá, 2009, p. 53). Em outras palavras, a questão é que não se pode prescindir da capa na experiência que o disco *long playing*, pensado enquanto dispositivo em um sistema, fornece.

Conceber que os objetos têm história, enquadrá-los em seus contextos e interpretar seus destinos são práticas que os entendem como apontamentos de memória. Sejam eles âncoras, articuladores ou pontos de partida materiais para construção de memória, há objetos que não se resumem a suas funcionalidades imediatas ou aos limites do tempo presente. Muito embora existam no presente, suas marcas apontam para passados possíveis que podem, em parte, ser reconstruídos hoje. São objetos “singulares, barrocos, folclóricos, exóticos, antigos. Parecem contradizer as exigências do cálculo funcional para responder a um propósito de outra ordem: testemunho, lembrança, nostalgia, evasão” (Baudrillard, 2008, p. 81). São os objetos de razoável uso que compreendem um tipo de memória-documento: “um tempo comprimido no objeto e que se torna índice de determinado contexto e ponto de partida para outras relações” (Vargas, 2020, p. 662). São o que busco definir neste artigo como *objetos de memória*, artefatos que crescem no tempo e com ele se desdobram, desgastam e se articulam em experiências de lembrança, enquadramento e esquecimento quando são vistos, manuseados e interpelados pelos indivíduos, mesmo que danificados pelo tempo e pelo uso feito ruínas.

Este artigo busca, a partir de autores ligados aos estudos da memória nas mídias e da cultura midiática, refletir sobre a noção de objeto de memória como uma categoria de análise das capas de disco LP. A capa será considerada um dos elementos ativos nos processos de construção de uma memória materializada, por meio da qual o passado se reconstrói em sucessivos presentes. Esse objeto está dentro das relações que envolvem as práticas culturais, a música, as materialidades, o consumo simbólico e os sujeitos. Por serem representações culturais partilhadas (Hall, 2016), nesse caso, por artistas, gravadoras e fãs dentro da sociedade e da cultura, as capas produzem memórias visuais que são acionadas ao longo do tempo, do passado ao presente.

Nesta empreitada, serão observados como alguns autores tratam o termo objeto de memória ou circulam a noção para, ao longo desse diálogo, refletir sobre essa categoria na análise das capas de disco.

CAPA DE DISCO COMO OBJETO DE MEMÓRIA

Uma das primeiras menções ao termo objeto de memória, mesmo que pouco aprofundada, aparece no clássico trabalho de Maurice Halbwachs (1990). Para o autor, a memória tem um sentido social e coletivo que se sobrepõe ao individual. Ela é construção coletiva e representa a identidade de determinado grupo social. Na explicação de Elsa Peralta (2007, p. 5), para o autor,

a função primordial da memória, enquanto imagem partilhada do passado, é a de promover um laço de filiação entre os membros de um grupo com base no seu passado colectivo, conferindo-lhe uma ilusão de imutabilidade, ao mesmo tempo que cristaliza os valores e as aceções predominantes do grupo ao qual as memórias se referem.

Sem levar em conta quaisquer tensões ou contradições entre manifestações coletivas e individuais, memória para Halbwachs é um conjunto de ideias, valores, representações e gostos razoavelmente estáveis que marcam as lembranças de um grupo ou sociedade e definem esse coletivo de forma a produzir pontos identitários. Nessa abordagem, os objetos podem ser entendidos como representações materiais dessas manifestações mnemônicas e da própria caracterização da sociedade. Por exemplo, ao citar as descrições que Balzac e Dickens fazem dos espaços de seus personagens, Halbwachs indica a força de representação das respectivas posições sociais proporcionadas pelos objetos e por suas disposições no espaço cênico:

... cada objeto encontrado, e o lugar que ocupa no conjunto, lembram-nos uma maneira de ser comum a todos os homens, e quando analisamos este conjunto, fixamos nossa atenção sobre cada uma de suas partes, é como se dissecássemos um pensamento onde se confundem as relações de uma certa quantidade de grupos. (Halbwachs, 1990, p. 132)

Assim, mesmo que em sua inércia aparente, o caráter simbólico e o poder de representação da identidade coletiva são os aspectos que definem os objetos de memória, suas configurações e seus lugares:

As formas dos objetos que nos cercam têm muito esta significação. Não estávamos errados ao dizer que estão em torno de nós uma sociedade muda e imóvel. Se não falamos, entretanto os compreendemos, já que tem um sentido que deciframos familiarmente. ... A estabilidade do alojamento e de seu aspecto interior impõem ao próprio grupo a imagem apaziguante de sua continuidade, (Halbwachs, 1990, p. 132)

No entanto, como se sabe, a memória não é apenas uma representação coletiva, e sim produto de tensionamentos entre o social e uma gama de demandas subjetivas e individuais. Assim, para tratar de objetos de memória, há de se ter em mente essa dialética. Pensando no polo individual, Ecléa Bosi (2003) nos traz a noção de “objetos biográficos”. Segundo a autora, é comum criarmos nossos

próprios espaços com nossos objetos dispostos de maneira a compor determinada expressão particular, diante da crescente padronização, impessoalidade e mobilidade das cidades nas quais vivemos.

Se a mobilidade e a contingência acompanham nossas relações, há algo que desejamos que permaneça imóvel, ao menos na velhice: o conjunto de objetos que nos rodeiam. Nesse conjunto amamos a disposição tácita, mas eloquente. Mais que uma sensação estética ou de utilidade eles nos dão um assentimento à nossa posição no mundo, à nossa identidade; e os que estiveram sempre conosco falam à nossa alma em sua língua natal. (Bosi, 2003, pp. 25-26)

Tais objetos são aqui abordados mais pelo vínculo particular e pessoal que constroem conosco do que pela representação de uma identidade coletiva. Na realidade, os vetores coletivo e individual convivem nos objetos, inclusive em suas materialidades: de um lado, são produtos de uma época, de tecnologias de produção e de padrões de uso; de outro, o próprio uso longo os tornou elementos de caracterização e expressão particulares. “Quanto mais voltados ao uso cotidiano mais expressivos são os objetos: os metais se arredondam, se ovalam, os cabos de madeira brilham pelo contato com as mãos, tudo perde as arestas e se abrandam” (Bosi, 2003, p. 26).

Ao citar Violette Morin, Bosi (2003, p. 26) indica que os objetos biográficos

... envelhecem com o possuidor e se encorporam [*sic*] à sua vida: o relógio da família, o álbum de fotografias, a medalha do esportista, a máscara do etnólogo, o mapa-múndi do viajante... Cada um desses objetos representa uma experiência vivida, uma aventura afetiva do morador.

As capas de disco são parte desse conjunto de objetos que, mesmo produzidos industrialmente, trazem nas dimensões afetivas da memória, na tateabilidade e no manuseio os vínculos dos objetos particulares. Se, por um lado, constituem índices visuais da música, do artista ou de determinado contexto cultural, por outro, vinculam-se a seus donos, fazem parte de sua discoteca, estão em uma posição específica na estante e trazem as marcas do tempo e do uso: amarelamento, bordas gastas, algum rasgo ou imperfeição etc. Capas como objetos de memória podem, assim, contar histórias coletivas e pessoais.

As capas de disco servem a duas lógicas aparentemente opostas: pertencem tanto aos universos do consumo e da produção industrial quanto ao âmbito particular e afetivo. Segundo Igor Kopytoff (2021), os objetos se dividem em dois tipos: em uma ponta estão as mercadorias, objetos passíveis de troca e que

pautam sua existência por serem comuns e usuais; em outra ponta situam-se as coisas singulares, incomuns, ligadas à cultura, difíceis de serem trocadas por outras coisas ou por moedas por não se curvarem facilmente às demandas e categorizações do mercado, por não pactuarem com a ideia de valor mensurável como ocorre nas trocas comerciais. As lógicas da mercadoria e da singularização, longe de serem rígidas e excludentes, são gradientes que caracterizam os objetos na sociedade e são encontradas em graus distintos em praticamente todas as coisas. As capas, conforme pensadas aqui, são exemplos produtivos dessa dinâmica bivalente e tensiva. De um lado, por princípio, são embalagens e fundam sua existência e seus sentidos no contato físico e simbólico com o consumidor; de outro, ao mesmo tempo, as capas passam por processos de singularização e se afastam da mercantilização ao constituírem valor no campo da cultura, nos usos e na valorização sob critérios que priorizam o simbólico, a memória e a experiência estética, fora, portanto, da submissão à homogeneização dos valores de troca das mercadorias.

Na medida em que a mercantilização torna o valor homogêneo, e que a essência da cultura é a discriminação o excesso de mercantilização é anticultural – tal como tantas pessoas perceberam ou sentiram. Se . . . as sociedades têm necessidade de resguardar uma determinada parte de seu ambiente, delimitando-a como “sagrada”, a singularização é um meio para alcançar esse fim. A cultura assegura que algumas coisas permaneçam inconfundivelmente singulares e resiste à mercantilização de outras coisas. (Kopytoff, 2021, p. 93)

É produtivo acionar essa dialética entre mercantilização e singularidade para refletir sobre as capas. Conforme Kopytoff (2021, p. 95), “a maioria dos bens de consumo se destina a ser terminal” por limitarem sua existência a determinado tempo até se tornarem frágeis ou ineficientes, para serem substituídos por outros mais novos. Mas há também os bens duráveis que podem se manter eficazes e, mais do que isso, que se singularizam por terem passado por outras mãos e servido a usos anteriores: em uma palavra, acionam ou constroem memória. Essa aura cultural de objeto usado (ou de antiguidade), criada a partir da passagem do tempo (distante ou imediato), é o que movimenta as feiras de peças usadas, nas quais o disco e sua capa são os exemplos discutidos. Quando, de forma geral, o mercado prioriza os produtos novos, abre-se outro campo de interesse para os objetos mais velhos, usados, que se valorizam conforme a procura por parte de comunidades específicas. Nesse caso, o processo de singularização é regulado pela passagem do tempo, sob a denominação genérica de *antiguidade*. Obviamente, não deixa de ser mercadoria e constituir-se enquanto valor de

mercado; no entanto, os critérios de valoração se transformam conforme parâmetros ligados à cultura, ao status, à raridade das peças. “Essa interpenetração de princípios de mercantilização e de princípios de singularização dentro do mesmo objeto” (Kopytoff, 2021, p. 101) é um dos pontos centrais para pensarmos a capa de disco como um objeto de memória. A raridade, as marcas que traz de determinado movimento cultural, a importância no contexto musical e no design e a aparência de integridade ou suas imperfeições físicas incrementam seu valor para comunidades específicas e são parte do processo de singularização dado pela passagem do tempo. É o que se pode chamar de *valor histórico*, como referência documental de determinado contexto, como marca para construção de certas memórias partilhadas por essas comunidades e, ao mesmo tempo, extrapolando-as na dinâmica da sociedade.

Daí também a importância de refletir sobre como as materialidades e a presença agenciam memórias. Nesse caminho, é lícito abordar a capa como objeto de memória por sua tangibilidade. Ao tratar de *objetos biográficos*, Bosi (2003) os identifica não apenas por sua relação simbólica com seus donos, mas também por sua presença: as posições que ocupam no ambiente doméstico, os lugares que ocupam, as muitas presenças desses objetos ao longo da vida da pessoa. É a tradução dessa força de significação fundada na materialidade e no espaço que Gumbrecht (2010, p. 13) chama de produção de presença:

A palavra “presença” não se refere . . . a uma relação temporal. Antes, refere-se a uma relação espacial com o mundo e seus objetos. Uma coisa presente deve ser tangível por mãos humanas – o que implica, inversamente, que pode ter impacto imediato em corpos humanos. . . . Por isso, “produção de presença” aponta para todos os tipos de eventos e processos nos quais se inicia ou se intensifica o impacto dos objetos “presentes” sobre corpos humanos.

Conceber as capas de disco a partir da categoria objeto de memória significa observar sua configuração em matéria e presença. Só fazem sentido se estão na nossa frente e ao alcance de mãos e olhos. São sua constituição física (densidade, textura, peso, tamanho, tatilidade etc.), sua percepção visual (formas, cores, contrastes, figuratividade etc.) e sua própria existência física que nos afetam e produzem em nós certas experiências perceptivas e estéticas. Por mais que saibamos que objetos de memória têm sentidos atribuídos coletiva e/ou individualmente, produto de vivências, saberes e tradições, há neles uma força de presença dada por sua materialidade que se revela, por exemplo, em suas imperfeições, nos desgastes, naquilo que se conformou pela passagem do tempo, marcas do uso e do manuseio constantes ao longo de suas vidas³. Daí

³ A partir de respostas em uma série de entrevistas com colecionadores de LPs, os pesquisadores Yochim e Biddinger apontam nos discos para a presença de uma qualidade intangível relacionada aos aspectos mais humanos desse objeto industrial, nos quais a memória se destaca: “. . . alguns colecionadores discutem seus discos em termos de conexão com o passado, isto é, eles sugerem que tanto ouvir quanto segurar os discos nas mãos deixam-nos ligados a pessoas, lugares e tempos do passado” (Yochim & Biddinger, 2008, como citado em Sá, 2009, p. 62).

também afirmar que as capas como objetos de memória têm vida⁴, tem percurso, e tais caminhos foram construídos por conta de suas participações ativas em nossas vidas, nas relações que cada um de nós teceu, e ainda tece, com os objetos. Mesmo que fiquem guardados por anos, essa passagem aparentemente lenta e tranquila do tempo afeta os objetos e, ao serem redescobertos, afetam a todos nós. A força é tão potente que quase só a percebemos no momento em que perdemos tal coisa. Por mais óbvia que seja a constatação, é em sua ausência que sentimos negativamente a intensidade da antiga presença daquilo que não está mais entre nós.

Objetos de memória, como objetos velhos e usados que são, têm tanto a dimensão simbólica das marcas de sentido, quanto a forte presença da matéria gasta. Daí a necessidade, como afirma Gumbrecht (2010, p. 15), de construir “... uma relação com as coisas do mundo que possa oscilar entre efeitos de presença e efeitos de sentido”.

Se presença e materialidade são importantes, a categoria objeto de memória aplicada ao entendimento das capas de disco implica coisas que podem ser colocadas em posições de destaque tanto na vida social como nos espaços privados. Se são importantes para a sociedade, comumente se encontram depositadas em museus, em exposição, dentro de uma narrativa espaço-temporal com outros objetos, em local específico e ordenados sob determinados critérios (Rebesco & Crippa, 2013). Objetos em museus são como relíquias, vestígios culturais de um passado em ruínas que, na impossibilidade de ser reconstituído, fragmenta-se nas materialidades desses artefatos expostos. Tais objetos são, assim, observados sob as intenções do presente e são essas intenções (ou olhares) que dão mobilidade e dobras a essas relíquias, apesar de suas materialidades apontarem para o passado.

Sempre os objetos do passado têm sido ajustados no presente através do olhar posto neles, e a irritação, a sedução, o segredo que podem encerrar, nunca está só do lado do objeto em um estado de pureza . . . ; está sempre, e com a mesma intensidade, localizado do lado do espectador e do presente. É o olhar vivo que dota o objeto de sua aura, mas essa aura depende também da materialidade e da opacidade do objeto. (Huyssen, 2001, p. 68)⁵

A aura citada pelo autor é o possível sentido construído na peça exposta. Parte dele se encerra no material de que é constituída (sua originalidade), outra parte vem da forma como ela está colocada pelo projeto curatorial da exposição e, por fim, uma terceira parte está no olhar do espectador que a remonta por meio de projeções subjetivas e de outros condicionamentos e repertórios do

⁴Sobre a vida dos objetos e a afetação do corpo, ver artigo de Erick Felinto e Vinícius Andrade (2005).

⁵No original: “Siempre los objetos del pasado han sido encajados en el presente a través de la mirada puesta en ellos, y la irritación, la seducción, el secreto que puedan encerrar, nunca esta sólo del lado del objeto en un estado de pureza, por decirlo así; esta siempre, y con la misma intensidad, ubicado del lado del espectador y del presente. Es la mirada viva la que dota al objeto de su aura, pero esa aura depende también de la materialidad y la opacidad del objeto”. Esta e demais traduções, do autor.

presente e de sua história de vida. Por mais que se queira mostrar a realidade da peça exposta e se tente recolocá-la no contexto e na função originais em que foi criada, tanto um quanto o outro se esvaem na *mise-en-scène* museística. Contraditoriamente, o museu faz desaparecer a realidade do objeto e o abre a novos diálogos. Conforme Huyssen (2001, p. 70),

... com muita frequência, o que se perseguia com a exibição era esquecer o real, sacar o objeto de seu contexto funcional original e cotidiano e com isso realizar sua alteridade, e abri-lo a um diálogo potencial com outras épocas: o objeto de museu como hieróglifo histórico mais do que mera peça banal de informação; sua leitura como ato de memória, sua própria materialidade como suporte de sua aura de distância histórica e transcendência no tempo⁶.

⁶No original: "... con mucha frecuencia lo que se perseguía con la exhibición era olvidar lo real, sacar el objeto de su contexto funcional original y cotidiano y con ello realzar su alteridad, y abrirlo a un diálogo potencial con otras épocas: el objeto de museo como jeroglífico histórico más que mera pieza banal de información; su lectura como acto de memoria, su propia materialidad como soporte de su aura de distancia histórica y transcendencia en el tiempo".

⁷Nostalgia aqui é pensada em uma de suas definições que, conforme Niemeyer (2018, p. 29), refere-se "... ao desejo de um retorno a um tempo passado que nunca foi experimentado pela pessoa que anseia ou pelo arrependimento que faltava por um passado que nunca ocorreu, mas que poderia ter ocorrido ...".

Artefatos colocados em museus sofrem essa dupla ação: deslocados do contexto original, trazem em sua materialidade aspectos que apontam para seu passado e, de outro modo, se submetem a novas leituras tanto pela *mise-en-scène* da exposição como pelo olhar do espectador. Como objetos arqueológicos, apontam duplamente para passado e presente, solicitação essa que se aproxima, de certo modo, das questões que envolvem as capas de disco como objetos de memória. Em parte, as capas estão fora de seu contexto por serem produto de uma tecnologia, digamos, não hegemônica no consumo musical atual, apesar de existirem espaços construídos de forma nostálgica⁷, como feiras de vinil e discotecas particulares. Em ambos locais, as capas são colocadas também seguindo determinados parâmetros de apresentação. Feiras e discotecas não são propriamente museus, mas possuem critérios na organização da exibição, se dão como narrativas espaço-temporais e dão margem sempre a novas leituras de espectadores diversos que olham, tocam e interpelam as capas para, a partir de suas experiências e seus repertórios, imprimir no objeto novos sentidos.

Se pensados como materialidades que duram no tempo sob a forma de linguagens, capas de disco como objetos de memória transportam do passado ao presente partes do ato comunicativo que acionavam (Barbosa, 2019), ou, ainda, traduzem no presente fragmentos do processo comunicacional do qual inicialmente participavam. Como esse processo originário já não existe mais, ou se encontra desgastado e ineficaz, esses objetos tornam-se vestígios de processos comunicacionais pregressos e que são por eles documentados para serem reconectados a sua própria existência atual e ao trabalho de memória que realizam sob a perspectiva do presente. Trata-se de distintos regimes de temporalidade: aquele que está na origem, nas marcas e na função primeira do objeto, e outros que se constituem nos variados manuseios e acionamentos

nos tempos presentes posteriores, como se tais objetos trouxessem tempos condensados desde sua origem até o presente em sua materialidade (por exemplo, os desgastes e imperfeições gerados pelos manuseios) e nos vários sentidos acionados ao longo do seu percurso de vida. No entanto, a passagem do tempo revela também aspectos de ausência, daquilo que já foi e não mais existe, das relações antes estabelecidas e agora deslocadas, dos usos antigos e dos trabalhos não mais realizados. As temporalidades e ausências podem ser rearticuladas, de variadas formas, nos múltiplos presentes nos quais o objeto é acionado. Daí a importância do trabalho de memória que deles se depreende e que é acionado pela sociedade a cada presente em que tais objetos são reconstruídos.

No caso do disco, tais contatos no tempo se dão pelo ritual de colocá-lo para tocar no toca-discos, pela audição e pela visão e manipulação das capas. Por meio dessas ações, é possível, em parte, entender o processo que se constrói na audição da música a partir da tecnologia de gravação analógica do disco. Não apenas sua materialidade, mas também os índices que encerra e que redesenham uma tecnologia social de audição e visão. Em outras palavras, uma maneira particular de a música ser midiaticizada está documentada e materializada ali, nos sulcos do disco e na visualidade da capa. Tais relações entre temporalidades ultrapassam o tempo da música ou os limites espaciais e temporais da audição e continuam a produzir sentidos no decorrer de outros períodos, curtos ou largos, podendo sempre retomados em contextos diversos. Da mesma forma, o tempo da imagem visual na capa se amplia nesse fluxo constante entre passado e presente.

Outro autor que utiliza a expressão objeto de memória é Michael Pollak (1989), porém, com sentido diferente do que se tenta construir nesta reflexão. Para ele, objetos de memória não são necessariamente velhos e usados, mas se caracterizam por serem meios de reorganizar a memória hoje sob certo enquadramento no presente. Para Pollak, não são artefatos antigos que documentam atos do passado em seu sentido e em sua materialidade, mas aqueles construídos hoje para nos mostrar determinados enquadramentos da memória, sejam hegemônicos ou não, por artifícios, por exemplo, de caráter sensorial, como um filme.

Nas lembranças mais próximas, aquelas de que guardamos recordações pessoais, os pontos de referência geralmente apresentados nas discussões são . . . de ordem sensorial: o barulho, os cheiros, as cores. . . Ainda que seja tecnicamente difícil ou impossível captar todas essas lembranças em objetos de memória confeccionados hoje, o filme é o melhor suporte para fazê-lo: donde seu papel crescente na formação e reorganização, e portanto, no enquadramento da memória. (Pollak, 1989, p. 11)

Para o que se propõe neste artigo, a noção de objeto de memória enquanto categoria de análise de capas de disco tem outro sentido. Criados no passado e rearticulados no presente sob várias miradas, objetos de memória são como textos da cultura, na acepção indicada pelo semiótico da cultura Iuri Lotman. Texto cultural define um sistema sócio, com sentido e função de comunicação, dado em quaisquer linguagens. Sem ser um enunciado fechado em si como um sinal, nem reduzido a uma unidade indivisível (Lotman, 1996), um texto tem, no mínimo, duas codificações: uma que define o sistema semiótico em que se insere, e outra que modeliza o sistema como um todo específico. Por exemplo: respectivamente, o sistema da dança (música, corpo, movimento, volumes etc.) e uma coreografia específica (Lotman, 1996, p. 79). Texto cultural é um mecanismo dinâmico de geração de sentido que tanto tende a sua unidade interna de coerência (uma coreografia com seus movimentos e arranjos próprios), como também se abre em vários subtextos e em traduções e contágios, por meio de suas fronteiras, com sistemas externos a ele (a música, o figurino, a arquitetura do espaço etc.).

O conceito é pensado de forma dinâmica – como tradutor de cultura – e sistêmica – como mecanismo articulador. Tratar a capa sob a ótica de um objeto de memória significa pensá-la como texto cultural e levar em conta essa estrutura móvel e tradutória no contexto cultural. É conceber o objeto como heterogêneo em suas múltiplas relações internas e externas, em suas dobras, naquilo de fora que ele traduz e produz e naquilo que ele exporta para o sistema maior que o contém. Como dispositivo inteligente, ele se abre a outras leituras e acepções conforme a dinâmica cultural em que se insere. Capas de disco são mecanismos tradutores de informações passadas, processadas pelo designer, articuladas com a música que embalam, com o consumo dos gêneros musicais e dos artistas em questão. Não são enunciados fechados, mas se relacionam com outras linguagens (música e imagem), outros contextos e outros sentidos.

Segundo Lotman, textos culturais têm três funções básicas:

- a) Comunicativa: quando uma informação é transmitida de um emissor a um receptor, procedimento básico de qualquer sistema comunicativo.
- b) Geradora de sentido: também chamada de função criativa, é produto das diversas possibilidades de tradução do texto de uma linguagem a outra, de um contexto a outro, de um tempo específico a outros. Nas operações de tradução, elementos se perdem e outros se criam. Daí ser possível tratar a tradutibilidade de um texto como a potência de criação que ele encerra. Para Lotman (1990, p. 15), o “... significado não é um remanescente invariável que é preservado sob todos os ti-

pos de operações transformacionais, mas também é o que é alterado, podemos afirmar que há um acréscimo de significado no processo de tais transformações”⁸.

- c) Mnemônica: relacionada à memória da cultura, essa função se refere à capacidade de o texto captar, conservar e produzir informações de sistemas anteriores que, ao mesmo tempo, são ressignificados. “O texto não é apenas um gerador de novos significados, mas também um conservador da memória da cultura. Um texto tem a capacidade de preservar a memória de seus contextos anteriores” (Lotman, 1990, p. 18)⁹.

⁸No original: “. . . meaning is not only an invariant remnant which is preserved under all manner of transformational operations, but is also what is altered, we can claim that there is an accretion of meaning in the process of such transformations”.

⁹No original: “The text is not only the generator of new meanings, but also a condenser of cultural memory. A text has the capacity to preserve the memory of its previous contexts”.

Pensadas como textos culturais, capas de disco são objetos de memória que articulam as três funções, em especial a conservação e produção de memória. São objetos velhos e usados, que trazem consigo as possibilidades latentes de sua reconstrução no presente, desdobradas e traduzidas em novas configurações. Como peças arqueológicas, articulam-se em camadas de sentido, profundas ou superficiais, que permanecem em potência para traduções futuras. Obviamente, tais camadas precisam ser retrabalhadas por novos leitores em novos contextos e sob novas demandas materiais e/ou simbólicas, precisam ser descobertas e acionadas, mas a latência dos sentidos está presente nas materialidades desses objetos.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS PARA REFLEXÃO

Longe de fechar o assunto ou definir plenamente a noção de objeto de memória como categoria de análise das capas de disco *long playing*, os diálogos aqui trazidos com autores dos estudos de memória e da comunicação e cultura abrem alguns pontos para a continuidade da reflexão em torno do conceito e de sua aplicação na análise das capas, como proposto nos objetivos deste artigo. Aqui é possível demarcar sete pontos que resumem os diálogos propostos e encaminham a discussão para novos campos e desdobramentos.

As capas de disco como objetos de memória:

1. Traduzem e acionam relações afetivas entre ouvinte, música e imagem. Apesar de ser artefato industrial e ter em si uma existência serial, não *aurática*, nas capas se articulam memórias, próximas ou distantes, mesmo que nas várias cópias do mesmo disco, independente do estado de sua integridade. Tais memórias estão nas relações que a capa mobiliza com os ouvintes e nos afetos que lhes proporciona.
2. Manifestam-se por meio de dois grandes campos de sentido: a) uma parte dos sentidos está no espectador, na relação afetiva que construiu

no passado com esse objeto, e ainda o faz no presente, ou com novas condições de existência desse objeto, como pertencer a uma discoteca ou estar à venda em uma feira de vinil; e b) outra parte está na materialidade e na presença própria da capa, ambas como ancoragens semióticas definidas pela tangibilidade e que circunscrevem parte da relação que temos com esse objeto, como estados físicos e desgastes vistos como marcas do uso e da passagem do tempo.

3. São artefatos dinâmicos e potentes que se desdobram com a passagem do tempo, que acumulam e crescem no tempo e com o manuseio. Como raridades, são dinâmicas em sua constituição diacrônica.
4. Revelam diálogos potentes de alguém no passado, em condições materiais antigas de produção e comunicação, com alguém no presente em outras situações. Tal diálogo envolve um processo tradutório de processos comunicativos (produção, tecnologia, linguagem, contexto, leitura etc.), mais do que de meras informações.
5. Articulam intensamente relações entre distintas temporalidades. As relações estabelecidas entre artista, obra musical, capa e espectador, dadas inicialmente no tempo-espaço da produção original, acontecem não apenas nos limites cronológicos da música e da audição, mas podem produzir sentidos no decorrer de determinados períodos, extensos ou curtos, ou ainda serem retomadas muito após ocorrerem, em novos contextos. No caso da imagem visual da capa, sem se limitar a contexto ou ambiente originais, sua fruição se amplia nos fluxos que se desdobram entre passado e múltiplos presentes. Fundada na relação entre música e imagem, a memória faz com que esse espaço se expanda para quaisquer situações, reais ou imaginárias, em que música e imagem são lembradas.
6. São rastros, vestígios e ruínas, nítidos nos desgastes, danos e imperfeições materiais. São memórias tensivas por sempre se reorganizarem no presente, sob demandas constantemente reatualizadas, como documentos materiais do passado.
7. São dinâmicas, heterogêneas e sistêmicas como textos culturais. São peças porosas em situação de fronteira, sempre aptas ao contágio e à tradução, e acionam sentidos de memória de tempos pregressos e articulam outros textos da cultura em suas imagens, como moda, corpo, design, comportamento, outras linguagens artísticas etc.

Pensar a capa de disco pela categoria de objeto de memória significa trabalhar com artefatos materiais antigos e em latência que conservam e/ou acionam memória, que se colocam em condições de produzir relações no tempo

conforme a investidura do espectador. São peças silenciosas que aguardam pacientemente algum manuseio ou leitura, alguma relação ou junção que lhes faça emergir e lhes dê som, movimento e sentido, algo que as coloque em processo de semiose.

São como instrumentos musicais em repouso à espera de mãos que os façam vibrar e soar: eles têm o som em potência, mas necessitam de algum acionamento. Por serem matéria, vibram internamente de maneira imperceptível, em baixíssimas frequências. É o manuseio que lhes amplifica a vibração, altera suas cores e lhes dá condições de produzir novos sentidos. Metaforicamente, são objetos de cor branca que, por um lado, contêm em sua materialidade todas as frequências do espectro cromático, e por outro, são receptivos a quaisquer outros tons. ■

REFERÊNCIA

- A fantástica fábrica de vinil... e cassette!* (n.d.). <http://polysom.com.br/site/a-fabrica/>
- Barbosa, M. C. (2019). Comunicação, história e memória: Diálogos possíveis. *MATRIZES*, 13(1), 13-25. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p13-25>
- Baudrillard, J. (2008). *O sistema dos objetos* (5a ed.) Perspectiva.
- Benjamin, W. (1987). *Rua de mão única: Obras escolhidas* (3a ed., Vol. 2). Brasiliense.
- Benjamin, W. (2009). *Passagens*. UFMG.
- Bosi, E. (2003). *O tempo vivo da memória: Ensaios de psicologia social*. Ateliê Editorial.
- Felinto, E., & Andrade, V. (2005). A vida dos objetos: Um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação. *Contemporanea*, 3(1), 75-94. <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v3i1.3448>
- Gumbrecht, H. U. (2010). *Produção de presença: O que o sentido não consegue transmitir*. Contraponto; PUC Rio.
- Halbwachs, M. (1990). *A memória coletiva*. Vértice.
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. Apicuri; PUC Rio.
- Huyssen, A. (2001). *En busca del futuro perdido: Cultura y memoria en tiempos de globalización*. Fondo de Cultura Económica.
- Kopytoff, I. (2021). A biografia cultural das coisas: A mercantilização como processo. In A. Appadurai (Org.), *A vida social das coisas: As mercadorias sob uma perspectiva cultural* (2a ed., pp. 83-112). Eduff.
- Lotman, I. (1990). *The universe of the mind: A semiotic theory of culture*. Tauris.
- Lotman, I. (1996). *La semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto*. Ediciones Cátedra.

- Niemeyer, K. (2018). O poder da nostalgia. In L. Santa Cruz, & T. Ferraz (Orgs), *Nostalgias e mídia: No caleidoscópio do tempo* (pp. 29-45). E-Papers.
- Peralta, E. (2007). Abordagens teóricas ao estudo da memória social: Uma resenha crítica. *Arquivos da Memória*, (2), 4-23.
- Pollak, M. (1989). Memória, esquecimento, silêncio. *Estudos Históricos*, 2(3), 3-15.
- Rebesco, V. L. A., & Crippa, G. (2013). A organização do museu de arte: Uma abordagem a partir dos princípios estéticos de Hegel. *Revista Museologia e Patrimônio*, 6(1), 39-56.
- Sá, S. P. (2009). O CD Morreu? Viva o vinil! In I. F. Perpetuo, & S. A. Silveira (Orgs), *O futuro da música depois da morte do CD* (pp. 49-73). Momento Editorial.
- Vargas, H. (2020). Capa de disco de rock: Mídia, texto cultural e objeto de memória. *Razón y Palabra*, 24(109), 636-667.

Artigo recebido em 16 de janeiro de 2023 e aprovado em 13 de junho de 2024.

Campanhas de prevenção ao suicídio e recepção por jovens universitários^{a, b}

Suicide prevention campaigns and their reception by young university students

RÔMULO OLIVEIRA TONDO^c

ELISA REINHARDT PIEDRAS^d

Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Departamento de Comunicação. Porto Alegre – RS, Brasil

PEDRO VIEIRA DA SILVA MAGALHÃES^e

Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Departamento de Psiquiatria e Medicina Legal.
Porto Alegre – RS, Brasil

RESUMO

Ao tratar de comunicação e saúde, esta pesquisa visa analisar as campanhas de prevenção ao suicídio e a recepção dessa comunicação pelos jovens universitários. A metodologia qualitativa envolve as técnicas de análise documental de campanhas de 23 organizações e entrevistas semiestruturadas sucessivas com 12 jovens, caracterizando-se como um estudo de recepção da publicidade. Os resultados evidenciam que as campanhas têm pouca repercussão entre os jovens estudados, e que sua comunicação, frequentemente, aborda a promoção da saúde mental em vez da prevenção ao suicídio, reforçando o tabu sobre o tema e descumprindo, como apontado pelo público nas práticas de recepção, a esperada função de informar sobre os meios de ajuda e atendimento ao suicídio iminente.

Palavras-chave: Comunicação, estudos de recepção, suicídio, campanhas de prevenção, juventudes

ABSTRACT

Addressing communication and health, this research aims to analyze suicide prevention campaigns and their reception by young university students. This qualitative methodology involved document analysis (campaigns from 23 organizations) and successive semi-structured interviews (with 12 youths) and is characterized as a study of advertising reception. Results show that the campaigns scarcely impact the studied youths and that their communication often addresses the promotion of mental health instead of suicide prevention, reinforcing taboos and failing to fulfill, as pointed out by the public in the reception practices, the expected function of informing people about means of helping and assisting imminent suicides.

Keywords: Communication, reception studies, suicide, prevention campaigns, youth.

^aEssa pesquisa foi desenvolvida com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) junto ao grupo de pesquisa Comunicação e Práticas Culturais (PPGCOM/UFRGS), no âmbito do projeto “Rumos da pesquisa em publicidade e propaganda: mapeamento da produção acadêmica”.

^bEste artigo foi desenvolvido a partir da pesquisa de doutorado de Rômulo Oliveira Tondo, realizada sob a orientação de Elisa Reinhardt Piedras e coorientação de Pedro Vieira da Silva Magalhães. A pesquisa, intitulada ‘Recepção de campanhas de prevenção ao suicídio entre jovens universitários’, foi desenvolvida no PPGCOM da UFRGS e defendida em 2023.

^cDoutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8590-0336>. E-mail: romulotondo@gmail.com.

^dProfessora da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutora em Comunicação Social. Coordena o grupo de pesquisa Comunicação e Práticas Culturais CNPq. E-mail: elisapiedras@gmail.com.

^eProfessor do curso de Medicina e Programa de Pós-Graduação em Psiquiatria e Ciências do Comportamento da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista de produtividade 1D do CNPq e líder do grupo de pesquisa Comportamento Suicida e Transtornos Mentais Graves do CNPq. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5644-6357>. E-mail: pmagalhaes@hcpa.edu.br.

¹ A obra *O Suicídio: Estudo de sociologia* é reconhecida como um dos estudos basilares da sociologia contemporânea, bem como de estudos voltados ao fenômeno do suicídio.

ESTA PESQUISA ARTICULA os campos da comunicação e da saúde para tratar do suicídio, com ênfase em sua prevenção. Para isso, contempla campanhas voltadas a esse tema, visando analisar a recepção dos sujeitos a essas campanhas, privilegiando o público jovem. O suicídio é um fenômeno complexo e multifatorial, geralmente abordado na área da saúde, mas já problematizado no âmbito das ciências sociais em 1897, por Emile Durkheim¹. Considerado hoje um problema mundial de saúde pública (World Health Organization [WHO], 2023a), o suicídio requer políticas de prevenção interdisciplinares, nas quais o papel da comunicação pode ser crucial.

A partir de uma revisão bibliográfica da produção científica sobre o tema, estabelecemos um diálogo com estudos antecedentes em comunicação e saúde (Araújo & Cardoso, 2007; Pessoni, 2007; Schiavo, 2013), contribuindo com essa interface ao abordar as campanhas de prevenção ao suicídio e as repercussões do público (Klimes-Dougan & Lee, 2010; Till et al., 2013; Ftanou et al., 2018) na perspectiva desses sujeitos receptores, do ponto de vista da comunicação. A relevância social do estudo se encontra no potencial dos resultados apontarem caminhos para uma comunicação mais efetiva, colaborando para o desenvolvimento de campanhas de prevenção ao suicídio que atendam às necessidades de políticas públicas e de públicos-alvo específicos.

A ênfase do estudo é a prevenção ao suicídio no contexto da campanha *Setembro Amarelo*, cujo objetivo é reduzir o estigma sobre o tema e auxiliar na redução de casos de morte por suicídio. Nesse cenário, buscamos entender como as pessoas (o público) dialogam com a comunicação das campanhas e produzem sentido sobre a prevenção ao suicídio, no cotidiano. Entre os jovens, as campanhas de prevenção têm uma presença relevante? Qual a repercussão dessas campanhas e como podemos torná-las efetivas?

O objetivo geral da pesquisa é, portanto, analisar as campanhas de prevenção ao suicídio e a recepção dessa comunicação pelos jovens universitários. Os objetivos específicos são: (a) identificar a comunicação sobre suicídio presente nas campanhas de prevenção em cenários internacional, nacional, regional e municipal, com atenção às especificidades das campanhas dirigidas aos jovens estudantes universitários; (b) mapear as práticas de recepção de jovens estudantes universitários quanto à sua apropriação e à produção de sentido sobre as campanhas de prevenção ao suicídio. O contexto do estudo é local, na cidade de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil, mas contempla campanhas de prevenção em outros cenários, sendo eles: internacional, nacional, regional e instituições de ensino superior públicas mantidas pelo governo federal e com sedes administrativas situadas no Rio Grande do Sul, em 2021.

A abordagem comunicacional adotada privilegia as práticas culturais dos sujeitos, estando alicerçada em estudos culturais e perspectivas latino-americanas, estudos de consumo midiático e recepção (Jacks & Escosteguy, 2005; Jacobi, 2019; Piedras, 2007, 2009) e estudos da publicidade social (Saldanha, 2018). Os estudos do campo da saúde e da psiquiatria (Ftanou et al, 2016; 2018; Klimes-Dougan & Lee, 2010; Randolph & Viswanath, 2004; Till et al., 2013; Torok et al., 2017; Wakefield et al., 2010) contribuem para a fundamentação teórica e as escolhas metodológicas da pesquisa, conduzida em um contexto interdisciplinar². Por meio da técnica de pesquisa bibliográfica, foi realizada uma revisão bibliográfica (Stumpf, 2011) em bases de dados das áreas da comunicação e da saúde. As buscas referentes à área da comunicação contemplaram publicações do período de 2015 a 2020, tendo abrangência nacional; já as buscas em bancos de dados da área de saúde consideraram trabalhos do período de 2010 a 2020, com abrangência internacional. Em seguida, houve uma etapa empírica qualitativa (Flick, 2009) com duas fases.

A primeira fase teve ênfase no produto midiático: campanhas de prevenção ao suicídio veiculadas ao *Setembro Amarelo* de 2021; e foi desenvolvida por meio da técnica de análise documental (Moreira, 2011) e com contribuições de estudos antecedentes (Randolph & Viswanath, 2004; Torok et al., 2017; Wakefield et al., 2010). Os procedimentos e instrumentos utilizados possibilitaram rastrear, identificar, descrever e analisar a tematização do suicídio na comunicação de campanhas de prevenção. As fontes foram os canais de comunicação nos perfis na rede social digital Instagram de 23 organizações, considerando cinco níveis de abrangência: internacional, nacional, regional, municipal e instituições de ensino superior (IES).

A segunda fase da etapa empírica da pesquisa foi observacional³ e abordou a recepção midiática das campanhas de prevenção ao suicídio. Para isso, adotou-se a técnica de entrevistas semiestruturadas sucessivas (Laville & Dionne, 1999; Minayo, 2016) mediadas por vídeo (Braga & Gastaldo, 2012), com exposição de anúncios de campanhas (Jacobi, 2019; Piedras, 2007). Nesse sentido, o estudo da recepção da publicidade, no campo da Comunicação e Saúde, favorece a produção dessas campanhas, pois proporciona uma série de entendimentos sobre sua interpretação por parte do público-alvo.

Sendo assim, é importante apontar que o suicídio é a quarta principal causa de morte entre jovens de 15 a 29 anos (WHO, 2023b). Entre 2011 e 2022, foram registrados 147.698 casos de suicídio no Brasil, havendo um aumento de 6% entre o público jovem (Alves et al., 2024). De acordo com essa investigação, existe a necessidade de uma melhor alocação de recursos para promover estratégias de prevenção à automutilação e ao suicídio, considerando as especificidades de cada grupo social, como a população indígena (Alves et al., 2024).

² A pesquisa é fruto da cooperação entre um Grupo de Pesquisa da área da Comunicação [Comunicação e Práticas Culturais (UFRGS/CNPq)] e outro da área da Psiquiatria e Ciências do Comportamento [Comportamento Suicida e Transtornos Mentais Graves (UFRGS/CNPq)].

³ A pesquisa foi submetida e aprovada no Comitê de Ética em Pesquisa do Hospital Universitário da IES. Número de aprovação do projeto no comitê de ética: 41985021.7.0000.5327

⁴Elegemos esse ambiente e esse público com base nos dados já apresentados sobre prevalência de taxas de suicídio entre jovens e entre profissionais da área da saúde, bem como pelo atendimento à demanda de uma instituição de ensino superior (IES) sensível ao risco de suicídio na comunidade universitária.

Os procedimentos e os instrumentos utilizados permitem mapear dados contextuais e sociodemográficos de jovens universitários, identificar suas práticas de consumo cultural e midiático, bem como de recepção das campanhas. As fontes foram 12 jovens estudantes universitários do Curso de Medicina⁴, com perfis distribuídos de maneira uniforme em termos de faixa etária (18 a 30 anos), sexo, raça/etnia, vivência em terapia, forma de ingresso no ensino superior e etapa no curso.

Tabela 1
Perfil dos interlocutores da pesquisa

Jovem	Ingresso na IES	Idade	Sexo	Orientação Sexual	Status Civil	Filhos	Estado de Origem	Raça/Etnia*	Moradia	Fonte de Renda	Terapia	Uso de Medicação
1	AA	26	F	Hétero	S	N	SP	Negra	Casa do Estudante	Pais/PRAE	S	S
2	U	25	F	Hétero	S	N	RS	Branca	Família	Pais/Bolsa	N	N
3	U	24	F	Bi	S	N	RS	Parda	Família	Pais/Bolsa	S	S
4	U	24	F	Hétero	S	N	RS	Branda	Sozinha	Pais	N	S
5	AA	29	F	Demi	S	N	RS	Negra	Família	Pais/PRAE	S	N
6	AA	24	F	Hétero	S	N	RS	Negra	Sozinha	Pais	S	S
7	AA	28	M	Gay	S	N	SP	Negra	Colega	Padrinhos	S	N
8	AA	30	M	Gay	S	N	RS	Branca	Caso do Estudante	PRAE	S	S
9	U	23	M	Gay	S	N	RS	Branca	Colega	Pais	S	N
10	U	24	M	Hétero	S	N	RS	Branca	Família	Pais	N	N
11	U	24	M	Hétero	S	N	SP	Branca	Família	Pais	S	N
12	U	24	M	Hétero	S	N	SP	Branca	Sozinho	Pais/Bolsa	N	S

* Dados de autodeclaração dos interlocutores
Nota. Elaboração dos autores.

Por meio dessa metodologia, realizamos a aproximação do fenômeno do suicídio através das campanhas de prevenção, a partir da área da interface da comunicação e saúde, e chegamos aos resultados que apresentamos a seguir, precedidos de uma breve contextualização das pesquisas antecedentes e do objeto de estudo.

ESTUDOS ANTECEDENTES SOBRE SUICÍDIO, CAMPANHAS DE PREVENÇÃO E COMUNICAÇÃO

Os estudos de comunicação e saúde (Araújo & Cardoso, 2007; Cardoso & Araújo, 2009; Personi, 2007), assim como os conhecimentos da área da

psiquiatria, que apresentamos pontualmente⁵, permitem delinear o objeto desta pesquisa, a começar pela definição de suicídio. O suicídio é um fenômeno complexo (Cassorla, 2017; Souza, Minayo, & Malaquias, 2002) e multifatorial (Cassorla, 2017). De acordo com Bertolote (2012, p. 21): é um “ato deliberado, intencional, de causar morte a si mesmo, ... é um ato iniciado e executado por uma pessoa que tem clara noção ou forte expectativa de que o desfecho seja fatal e resulte em sua própria morte”. Trata-se de algo decorrente de “vários fatores, entre os quais estão a contribuição biológica dos indivíduos, sua história pessoal, eventos circunstanciais e o meio ambiente” (Souza, Minayo, & Malaquias, 2002, p. 675)⁶.

Considerado um problema de saúde pública, esse tipo de violência autoinfligida requer prevenção, ou seja, “qualquer medida que vise interceptar a causa de uma doença antes que ela atinja um indivíduo, dessa forma prevenindo sua ocorrência” (Bertolote, 2012, p. 81). A prevenção ao suicídio teve os primeiros registros no início do século XX, na Inglaterra e, por muito tempo, apresentou falta de clareza de programas e ações; os que existiam “não explicitavam se visavam à redução da mortalidade, à redução de qualquer comportamento suicida ou ambos; ... ausência de um público-alvo específico” (Bertolote, 2012, p. 94). No final da década de 1990, a Organização Mundial da Saúde (OMS) lançou um programa marco para o desenvolvimento e a proposição de ações de prevenção ao suicídio a partir de estratégias validadas por peritos da área, as quais orientam a produção de materiais educativos. Hoje, a OMS recomenda que a prevenção ao suicídio se desenvolva em cinco áreas:

... tratamento de transtornos mentais; restrição de acesso ao método; abordagem adequada pelos meios de comunicação; programas adequados de educação e de informação em escolas, para o público em geral e para os trabalhadores do setor sanitário e social; e busca ativa e triagem sistemática de pessoas com alto risco de comportamentos suicidas. (Bertolote, 2012, p. 102)

Está claro que a prevenção ao suicídio deve ser realizada a partir de políticas públicas, de forma multidisciplinar e em diferentes segmentos da sociedade. Nesse contexto, emerge o papel da comunicação na prevenção ao suicídio, a começar pelas orientações da OMS para o tratamento do tema na produção jornalística e audiovisual. Salientamos que esse tratamento repercute sobre o tabu do suicídio (Mendes et al., 2022), tendo em vista que a restrição das narrativas e da circulação de sentidos sobre o suicídio também é uma forma de silenciamento das práticas e historicidades de movimentos que lutam pelas pautas de saúde mental (Gonçalves, 2022).

⁵ Não discutiremos com profundidade as contribuições interdisciplinares dos estudos antecedentes devido aos limites do artigo e à opção pela apresentação dos resultados empíricos desta pesquisa.

⁶ No original: “various factors, amongst which the biological contribution of individuals, their personal history, circumstantial events, and the environment” (Souza, Minayo, & Malaquias, 2002, p. 675).

Por outro lado, há o papel da comunicação persuasiva nas políticas públicas, fomentado pela OMS na expectativa de promover mudança de comportamento nos sujeitos. As ações de propaganda são historicamente estratégicas para disseminar informações sobre questões epidemiológicas e higiênicas entre a população (Araújo & Cardoso, 2007). As campanhas de prevenção e comunicação são adotadas por diferentes organizações de saúde, globais e locais, com a finalidade de difundir o conhecimento, buscando mudanças de comportamento em relação à saúde (Randolph & Viswanath, 2004; Torok et al., 2017; Wakefield, et al., 2010), e como um elemento que conscientiza e impacta os sujeitos em relação ao suicídio (Ftanou et al., 2016; Torok et al., 2017).

Cabe fazer uma distinção entre as campanhas de promoção de saúde e as campanhas de prevenção ao suicídio. Campanhas de promoção de saúde reúnem ações e informações qualificadas para diferentes segmentos sociais, favorecendo a construção de redes e competências que estimulem hábitos saudáveis, bem como o acesso à saúde, ao diagnóstico e ao tratamento. Já as campanhas de prevenção ao suicídio são um segmento de campanha de promoção de saúde e, assim como outras, reúnem ações e informações específicas sobre o fenômeno, a fim de combater o estigma social que o adoecimento tem na sociedade e evitar a ocorrência de casos.

Segundo o *Suicide Prevention Situational Overview*, uma campanha de prevenção ao suicídio deve:

1. implementar uma pesquisa formativa e um processo de planejamento sistemático; 2. incorporar as comunicações das campanhas em estratégias mais amplas de prevenção ao suicídio; 3. definir de forma clara os objetivos da campanha, o público e o estímulo à ação; 4. divulgar para o público; 5. realizar pré-teste; 6. avaliar. (California Mental Health Services Authority, 2012, p. 1)⁷

As campanhas de prevenção ao suicídio são desenvolvidas em um cenário complexo e fecundo, especialmente pela pluralidade de agentes do campo da Comunicação e Saúde (Araújo & Cardoso, 2007; Personi, 2007; Schiavo, 2013). O papel da comunicação persuasiva nas campanhas elaboradas a partir das políticas públicas é informar, educar e mobilizar a sociedade. Seja definida como propaganda (Gomes, 2001) ou publicidade social de utilidade pública, essa comunicação deve ser informativa, persuasiva e de interesse da sociedade civil. Portanto, deve envolver a “mobilização do cidadão de forma dialógica no contexto político e social de causas reais e concretas que afetam diretamente a vida ou grupo de indivíduos” (Saldanha, 2018, p. 263).

A questão da mobilização dos sujeitos em relação à redução do suicídio a partir das políticas de saúde e das campanhas de prevenção traz à tona a variável

⁷No original: “1.Implements a formative research and a systematic planning process; 2) Embeds the communication campaign into an overall suicide prevention strategy; 3) Defines clearly specified audiences, goals and a call to action; 4) Is informed by audience research; 5) Is pre-tested; 6) Is evaluated” (California Mental Health Services Authority, 2012, p. 1).

da efetividade dessas ações. Na área da saúde, publicações que revisam a literatura sobre o tema apontam que a mensuração dos resultados das ações de prevenção é limitada. Um recurso frequentemente adotado é avaliar o impacto da campanha a partir do aumento das ligações telefônicas para as centrais de crise (Song et al., 2017). Porém, a avaliação da efetividade da comunicação das campanhas geralmente é feita pela quantidade de mídias e pelo tempo de exposição das mensagens preventivas à população, partindo do pressuposto de que circulação é sinônimo de recepção e adesão do público. Poucos estudos exploram a exposição das mensagens comunicativas aos públicos com a finalidade de compreender a aceitação e a assimilação das campanhas por parte dos sujeitos de pesquisa (Pirkis et al., 2017). Dumesnil e Verger (2009, p. 1211) sinalizam que “é difícil estabelecer se esses programas ajudam a aumentar a procura de cuidados ou a reduzir o comportamento suicida”. Torok et al. (2017, p. 15) apontam que “é fundamental que haja uma necessidade maior de quantidade, consistência e qualidade nas avaliações de campanhas de mídia de massa para prevenção do suicídio para avançar a base de evidências”⁸.

⁸ Critically, there is a need for increased quantity, consistency, and quality of evaluations of mass media campaigns for suicide prevention to advance the evidence base.

Na área da comunicação, podemos abordar a recepção da publicidade social ou da comunicação das campanhas de prevenção ao suicídio pesquisando a recepção ou a “relação das pessoas com meios ou veículos de comunicação” (Jacks; Escosteguy, 2005, p. 15), e o lugar da interpretação (leitura ou apropriação) das mensagens pelo público (Piedras, 2009). A partir do consumo midiático, o público é exposto às campanhas, podendo produzir sentidos sobre a comunicação nas práticas de recepção. Nesse processo, o objetivo de comunicação das campanhas é gerar conhecimento, compreensão, convicção ou ação no público (Colley, 1976) e pode ser alcançado ou não, a depender da decodificação e da leitura que os sujeitos fazem das mensagens a partir de seus contextos socioculturais. Por isso, é crucial considerar as especificidades do objetivo e do público das campanhas. Na área da saúde, há campanhas de prevenção generalistas, que usam outdoors e visam promover as linhas de apoio para o público em geral, e campanhas segmentadas, que visam atender à vulnerabilidade de grupos sociais particulares. Devido à prevalência na ocorrência de suicídio entre jovens universitários (Kaslow et al., 2012; Klimes-Dougan & Lee, 2010) e, particularmente, entre estudantes de medicina (Schwenk et al., 2010), priorizamos esse público na pesquisa sobre a recepção das campanhas de prevenção ao suicídio do *Setembro Amarelo*.

APROXIMAÇÃO EMPÍRICA COM A QUESTÃO DO SUICÍDIO E SUA PREVENÇÃO

Atualmente, reconhecido como um problema de saúde pública global, o suicídio causa mais mortes que AIDS/HIV, malária e homicídio. Em 2019,

ocupou a quarta posição entre as principais situações de morte entre a população jovem no mundo, sendo que os países de baixa e média renda concentraram 77% dos suicídios (WHO, 2021).

No Brasil, esse cenário se reproduz. O suicídio é uma das quatro principais causas de morte no país. Entre a população jovem, quando analisado pelo sexo biológico, o suicídio ocupou, em 2017, a oitava maior causa de morte entre as mulheres e a terceira entre os homens (Boletim Epidemiológico: Mortalidade por suicídio e notificações de lesões autoprovocadas no Brasil, 2021). O Rio Grande do Sul é um dos estados brasileiros com maior índice de suicídio (Franck, Monteiro, & Limberger, 2020), e dados de 2019 registraram quatro mortes por dia decorrentes do suicídio (Melo, 2019). A cidade de Porto Alegre, capital do estado e seu município mais populoso, apresenta o maior número de vítimas (Franck, Monteiro, & Limberger, 2020). A proporção do fenômeno é possivelmente maior do que os dados já conhecidos, tendo em vista que estudos sobre suicídio ainda são limitados (Piccin et al., 2020) e há o problema da subnotificação de casos (Souza, Minayo, & Malaquias, 2002).

Devemos considerar ainda o impacto da pandemia da covid-19 sobre a saúde mental da população em geral (Organização Pan-Americana de Saúde, 2021). Apesar das taxas de morte por suicídio no Brasil terem se mantido estáveis no período antes e depois da pandemia, nas cidades com maior desigualdade social, esses números aumentaram entre sujeitos com acesso precário à saúde (Ornell et al., 2022).

Também devemos observar a relação do fenômeno do suicídio com o cenário mais amplo da saúde mental. Um levantamento do Instituto FSB Pesquisa indica que 53% dos brasileiros tiveram piora em sua saúde mental com a pandemia, relatando situações de ansiedade, alteração de humor e insônia. Segundo a mesma pesquisa, jovens entre 15 e 34 anos são o grupo que mais busca atendimento regular com profissionais de saúde mental (Instituto FSB Pesquisa, 2021). Jovens universitários apresentam aumento de casos de adoecimento mental: em 2018, segundo pesquisa sobre perfil de estudantes das IES, 32,4% jovens afirmaram que já estiveram em atendimento psicológico, dos quais 39,9% já haviam feito uso de medicação psiquiátrica. Além disso, segundo o relatório, “a ideia de morte afeta 10,8% da população-alvo e pensamento suicida 8,5%” (Associação Nacional de Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior, 2019, pp. 229-230). No universo dos estudantes e profissionais da área da saúde, cabe observar que, nos últimos 130 anos, a taxa de suicídio entre médicos é maior que a da população em geral (Muzzolon et al., 2021).

Embora a questão da saúde mental e seus problemas correlatos estejam presentes na vida contemporânea, não há uma naturalização do debate ou uma

democratização do acesso à informação sobre o tema. Por um lado, problemas de saúde mental são recorrentes entre os jovens e há uma busca ativa por tratamento com profissionais. De outro, o suicídio permanece um tema sensível ou tabu, enfrentando obstáculos por não ser tratado abertamente na sociedade e tampouco na mídia. Isso decorre, em parte, em razão das já mencionadas restrições apresentadas pela OMS para a abordagem do assunto no jornalismo (WHO, 2023a).

Entretanto, no campo do entretenimento audiovisual, cada vez mais observamos produções em que a morte por suicídio é apresentada como fenômeno relacionado a situações vivenciadas cotidianamente. Isso foi amplamente reconhecido em contexto global ainda em 2017 com a série *Os 13 porquês* (Yorkey, 2017), que aborda o tema do suicídio na vida de uma jovem em idade escolar, trazendo também discussões sobre bullying e depressão. Um estudo da área do comportamento infanto-juvenil estadunidense relacionou a veiculação da série às taxas de suicídio, tensionando as articulações entre consumo midiático e comportamento suicida (Bridge et al, 2020).

A partir disso, sentimo-nos provocados a compreender o fenômeno sociocultural de consumo midiático e recepção da comunicação relacionada ao suicídio no contexto brasileiro contemporâneo. Todavia, em vez de abordar a recepção de produtos de comunicação de entretenimento que pautam o suicídio, como a série *Os 13 porquês*, nos propusemos a explorar a questão na perspectiva da prevenção. Nesse caminho, chegamos às campanhas persuasivas que são objeto deste estudo, na expectativa de que os resultados pudessem contribuir para tornar mais efetivas as políticas de prevenção ao suicídio.

No Brasil, a Política Nacional de Promoção de Saúde – PNPS (2015) e a Política Nacional de Automutilação e Prevenção ao Suicídio – PNAPS (2019) mobilizam sujeitos e organizações de segmentos distintos. A PNAPS tem nove objetivos voltados para as seguintes questões: promoção da saúde mental; conscientização da população sobre as violências autoprovocadas; atendimento psicossocial para pessoas em sofrimento psíquico; auxílio aos familiares; organização de eventos e ações que auxiliem na compreensão do fenômeno; e “articulação intersetorial para a prevenção do suicídio, envolvendo entidades de saúde, educação, comunicação, imprensa, polícia, entre outras” (Brasil, 2019).

Tais propósitos dialogam com o objetivo geral da PNPS:

... promover a equidade e a melhoria das condições e dos modos de viver, ampliando a potencialidade da saúde individual e coletiva e reduzindo vulnerabilidades e riscos à saúde decorrentes dos determinantes sociais, econômicos, políticos, culturais e ambientais. (Brasil, 2015, p. 11)

Sua abordagem de promoção de saúde, não só a prevenção ao suicídio, aponta para o desenvolvimento de políticas e para a produção e disseminação de conhecimentos e práticas de saúde de forma compartilhada e participativa (Brasil, 2015). Para isso, o eixo operacional “IX, Comunicação social e mídia” recomenda:

... uso das diversas expressões comunicacionais, formais e populares para favorecer a escuta e a vocalização dos distintos grupos envolvidos, contemplando informações sobre o planejamento, a execução, os resultados, os impactos, a eficiência, a eficácia, a efetividade e os benefícios das ações. (Brasil, 2015, p. 16)

A partir dessas diretrizes, são desenvolvidas as campanhas de prevenção ao suicídio e a comunicação das campanhas, ambas estão articuladas, mas têm naturezas diferentes. As campanhas de prevenção são ações robustas atreladas a políticas públicas e organizações relacionadas à saúde e ao bem-estar, envolvendo diferentes atores sociais com o objetivo de interceptar o desfecho da morte por suicídio. Já a comunicação das campanhas são mensagens midiáticas e ações comunicativas de caráter informativo e persuasivo, produzidas e veiculadas por diferentes atores sociais e distintos canais, a fim de difundir informações, aproximar os diferentes públicos da reflexão sobre o risco de suicídio e influenciar os sujeitos a buscarem atendimento e profissionais de saúde em situações de risco.

O *Setembro Amarelo* é uma campanha global de prevenção ao suicídio realizada a partir de 2003, trazendo o Dia Mundial de Prevenção ao Suicídio (10 de setembro), propostos pela Associação Internacional de Prevenção ao Suicídio, com o endosso da OMS. No Brasil, a campanha *Setembro Amarelo* foi implementada em 2014, com o intuito de “reduzir o estigma sobre o tema e auxiliar na prevenção de casos de morte por suicídio no país” (Setembro Amarelo, 2023).

Para atingir esse objetivo, trabalhando para informar e orientar diferentes segmentos sociais sobre a busca por auxílio, a campanha tem duas frentes de ação. A primeira é pela linha de apoio realizada no Brasil a partir do Centro de Valorização da Vida (CVV), número de telefone 188, e demais canais de comunicação digital. Já a segunda orienta a busca por profissionais especializados em saúde mental, principalmente psiquiatras e psicólogos, no Sistema Único de Saúde (SUS) ou em clínicas e consultórios particulares.

Assim como outras campanhas de saúde pautadas em determinado mês do ano, como *Outubro Rosa*, *Novembro Azul* etc., o *Setembro Amarelo* promove um agendamento periódico para a visibilização da questão do suicídio, alcançando reconhecimento amplo do público. A adesão de instituições que pautam o tema no Brasil, como o Conselho Federal de Medicina (CFM), a Associação Brasileira

de Psiquiatria (ABP) e o Centro de Valorização da Vida (CVV), incentivam outras organizações a tratarem do tema, abrindo espaços para tematização desse fenômeno na agenda social e midiática, contexto em que desenvolvemos esta pesquisa.

RECEPÇÃO DAS CAMPANHAS DE PREVENÇÃO AO SUICÍDIO PELOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS

Para abordar a comunicação sobre suicídio das campanhas de prevenção *Setembro Amarelo* de 2021, mapeamos 23 organizações, sendo 6 no cenário internacional, 7 no nacional, 7 no regional e 4 no municipal, além de 6 instituições locais de ensino superior, com atenção às especificidades das campanhas dirigidas aos jovens estudantes universitários, público abordado nesta pesquisa.

Ao analisar como as campanhas tematizam o suicídio, identificamos, entre outros aspectos⁹, os termos mais empregados nas mensagens das organizações nos cinco cenários, chegando aos seguintes resultados: (i) organizações do cenário internacional¹⁰ utilizam, majoritariamente, o termo “suicídio”; (ii) organizações do cenário nacional¹¹ adotam, simultaneamente, os termos “setembro amarelo”, “vida” e “prevenção”; (iii) organizações dos cenários regional e local¹² priorizam o termo “setembro”; e (iv) as IES¹³ privilegiam o termo “setembro amarelo”.

Os resultados revelam que a comunicação sobre suicídio das campanhas do *Setembro Amarelo* 2021 das 23 organizações pesquisadas é diversa. A maioria delas tematizam “setembro amarelo” como algo ligado à “promoção da vida”, e poucas abordam, de fato, a prevenção ao suicídio mencionando o termo de forma explícita. As organizações do cenário internacional são aquelas que, em geral, adotam uma comunicação que trata da prevenção ao suicídio, enquanto as organizações dos cenários nacional, regional e local tangenciam a questão, desviando o foco da comunicação para promoção da vida e da saúde mental. Isso pode estar relacionado aos diferentes estágios que as regiões e as culturas estão em relação ao rompimento dos estigmas envolvendo o suicídio e debate público sobre o tema. O fato de que, internacionalmente, a campanha *Setembro Amarelo* já exista há duas décadas, enquanto no Brasil existe desde 2014, oportunizando o desenvolvimento de inúmeras abordagens comunicacionais, pode ter proporcionado melhores condições para um enfrentamento mais assertivo da questão.

Os resultados demonstram que, em geral, as campanhas analisadas, especialmente aquelas de organizações nacionais e regionais/ locais, ou contradizem ou não contemplam de forma integral as já mencionadas diretrizes de especialistas na área da saúde, organizações e políticas públicas para as

⁹ Na pesquisa que deu origem a este artigo, a análise das campanhas das 23 organizações contempla aspectos específicos de conceito comunicativo, forma e linguagem, canais, entre outros, que não serão explorados devido aos limites do texto.

¹⁰ Organização Mundial da Saúde (OMS), Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), a Associação Internacional de Prevenção do Suicídio (IASP), Associação Americana de Suicidologia (AAS), Fundação Americana para Prevenção do Suicídio (AFSP) e *Beyond Blue*.

¹¹ Ministério da Saúde (MS), Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MDH), o Conselho Federal de Medicina (CFM), Conselho Federal de Psicologia (CFP), Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP), Associação Brasileira de Estudos e Prevenção de Suicídio (ABEPS) e Centro de Valorização da Vida (CVV).

¹² Secretaria da Saúde do Rio Grande do Sul (SSRS), Conselho Regional de Medicina do Rio Grande do Sul (CREMERS), Conselho Regional de Psicologia do Rio Grande do Sul (CRPRS); e Secretaria Municipal da Saúde de Porto Alegre (SMSPOA).

¹³ Universidade Federal de Rio Grande (FURG), Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Universidade Federal do Pampa (Unipampa), Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA) e Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

campanhas de prevenção ao suicídio. Ao privilegiar uma comunicação que reitera o nome da campanha *Setembro Amarelo* em vez do seu tema, prevenção ao suicídio, essas campanhas não estão explicitamente alinhadas com o objetivo de reduzir o estigma sobre o tema e auxiliar na prevenção de casos de morte por suicídio. Tampouco estão informando objetivamente sobre os canais para busca de auxílio, seja o número de telefone do CVV (188) ou formas de acesso aos profissionais especializados em saúde mental. As campanhas não deixam explícito, em sua comunicação, se visam a redução da mortalidade por suicídio ou a redução de qualquer comportamento suicida. Além disso, na comunicação das campanhas, não é possível reconhecer se elas são dirigidas a um público-alvo específico.

Na continuidade da pesquisa, essas campanhas, veiculadas no mês de setembro de 2021, compõem o que denominamos de fluxo ofertado (Piedras, 2009) de comunicação sobre suicídio. Na perspectiva dos estudos de comunicação e cultura, entendemos que o fato dessas mensagens estarem em circulação midiática não pressupõe o seu consumo ou sua recepção por parte do público, o que constrói o fluxo apropriado (Piedras, 2009) a partir de suas práticas e seus contextos específicos. Entretanto, quando planejávamos a pesquisa, havia uma suposição de que o público pesquisado, ao ser questionado sobre campanhas de prevenção ao suicídio, lembraria de alguma das campanhas em circulação naquele momento, fosse no cenário local, regional, nacional, internacional ou da sua IES.

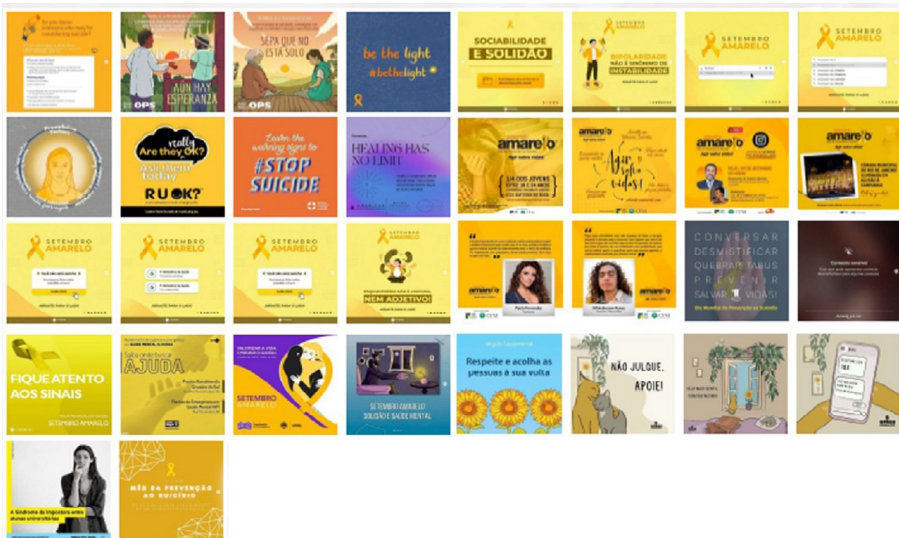
Com o objetivo de acessar as práticas de recepção dos interlocutores da forma mais próxima possível de sua experiência cotidiana, a expectativa era coletar dados sobre a produção de sentidos do público em relação a alguma campanha que tivesse chamado a atenção e pudesse ser mencionada espontaneamente¹⁴. Seguimos essa premissa metodológica de estudos antecedentes (Piedras, 2007), visando não induzir a recepção de uma ou outra campanha, na expectativa de que cada sujeito pesquisado pautasse a comunicação sobre suicídio que seria investigada nas práticas de recepção. Entretanto, durante a pesquisa observacional, ao longo das entrevistas com os 12 interlocutores, surpreendentemente, nenhum jovem manifestou lembrança espontânea de qualquer peça de comunicação ou campanha sobre prevenção ao suicídio¹⁵.

Isso é um resultado, que debateremos a seguir, a partir do qual foi necessário recorrer a um recurso metodológico de exposição de um fluxo de comunicação (Figura 1). O fluxo em questão é composto por peças de campanhas que estavam em circulação no período da realização da pesquisa (setembro de 2021), a fim de que, entre as campanhas, os interlocutores pudessem eleger as que chamavam atenção e, então, abordar sua produção de sentido.

¹⁴Na pesquisa que deu origem a este artigo, a aproximação empírica com os interlocutores ocorreu por meio de entrevistas sucessivas, abordando seu contexto, vivência em terapia, relação com o tema do suicídio e seu consumo midiático, até chegar às práticas de recepção, ponto que está sendo privilegiado nesta discussão em detrimento dos demais, devido aos limites do texto.

¹⁵De outra parte, ao serem provocados a falar se lembravam de situações em que o suicídio foi pautado no seu consumo cultural e midiático (livros, filmes, séries etc.), todos os interlocutores mencionaram espontaneamente a série *Os 13 porquês*, o que revela adesão ao tema. Devido aos limites do texto, não discutiremos tais resultados neste artigo.

Figura 1

Campanhas expostas aos interlocutores

Nota. Compilação de anúncios que organizações publicaram no Instagram, em 2021

Essas campanhas de prevenção ao suicídio foram expostas aos interlocutores para posterior discussão durante as entrevistas. Porém, a maioria das campanhas não se mostrou capaz de mobilizar os jovens universitários, principalmente porque foram vistas por eles como campanhas de saúde mental, apresentando poucos elementos que poderiam ser especificamente relacionados ao tema de suicídio. As narrativas dos interlocutores expressam de forma clara essa produção de sentido:

Isso nem parece propaganda de suicídio, talvez (se) num cantinho falar alguma coisa sobre suicídio. . . . nenhum deles tem quase menção ao suicídio, tirando o telefone do CVV. (Jovem 3, estudante do internato)

. . . me comunica muito mais sobre a questão de tu ser mais empático, escutar as pessoas, eu não sei se me leva muito à questão de suicídio. (Jovem 6, estudante do ciclo clínico)

Eu não acredito que seja uma coisa que me faria pensar exatamente na questão do suicídio. Eu acho que estava faltando fazer um pouco mais do que tinha naquelas do CVV, ia tocar um pouco mais na ferida, não que nem eles, mas antes estão atuando, faltou ser uma coisa mais direta. (Jovem 10, estudante do ciclo básico)

Os jovens universitários manifestaram uma adesão maior às campanhas com uma comunicação assertiva, direta e simples sobre o tema a ponto de viabilizar o acesso a informações relevantes e a busca por ajuda. Especificamente, quatro campanhas foram mencionadas de forma positiva e significativa pelos interlocutores nas práticas de recepção, as quais abordaremos a seguir, trazendo indícios da produção de sentido pelos jovens universitários. Trata-se de campanhas dos cenários internacional e regional/local (Secretaria Municipal de Saúde de Porto Alegre) e nacional (Associação Brasileira de Psiquiatria/Conselho Federal de Medicina (CFM) e Centro de Valorização da Vida (CVV)). Entre elas, destacamos exemplos dos cenários nacional e regional/local como boas práticas, visto que são uma exceção justamente pela característica de tratar o suicídio de forma explícita.

O anúncio da campanha da Secretaria Municipal de Saúde de Porto Alegre mencionado foi este (Figura 2):

Figura 2

Anúncio da campanha veiculada pela SMS de Porto Alegre



Nota. Instagram da Secretaria Municipal de Saúde de Porto Alegre (@saudepoa)

Diante desse anúncio, os jovens universitários relataram se sentir provocados pela objetividade das informações apresentadas na comunicação, que transmite confiança, relevância e assertividade ao informar as pessoas usuárias do SUS sobre onde buscar auxílio para atendimento de urgência e emergência em saúde mental prontamente.

Nossa! Essa informação de urgência e emergência em saúde mental 24 horas, eu acho extremamente importante; saber onde tu vais procurar ajuda, isso deveria ser um supercartaz. Isso é uma das coisas primordiais para quem não está bem saber onde procurar (auxílio), porque é uma das coisas mais difíceis de pensar e não tem como, não tem dinheiro, não tem lugar. Então é um assunto superimportante. (Jovem 6, ciclo clínico)

Esse (anúncio) aqui também é uma informação essencial que as pessoas têm que ter. É importante que elas saibam que existe. Ficou bom trazer uma mensagem direta completa e importante. . . . Acho que faz uma comunicação boa assim mensagem direta, simples, completa. (Jovem 8, estudante do internato)

Outro anúncio mencionado com recorrência e de forma positiva pelos interlocutores foi o anúncio da campanha conjunta da Associação Brasileira de Psiquiatria e do Conselho Federal de Medicina (Figura 3).

Figura 3

Anúncio da campanha veiculada pela Associação Brasileira de Psiquiatria e pelo Conselho Federal de Medicina



Nota. Instagram do Conselho Federal de Medicina (@medicina_cfm)

Os jovens universitários, frente a essa comunicação, relataram se sentir convidados a refletir sobre a temática, levando em consideração o dado

epidemiológico que compõe o anúncio, o qual evidencia que os casos de morte por suicídio na sua faixa etária (entre jovens) são numerosos.

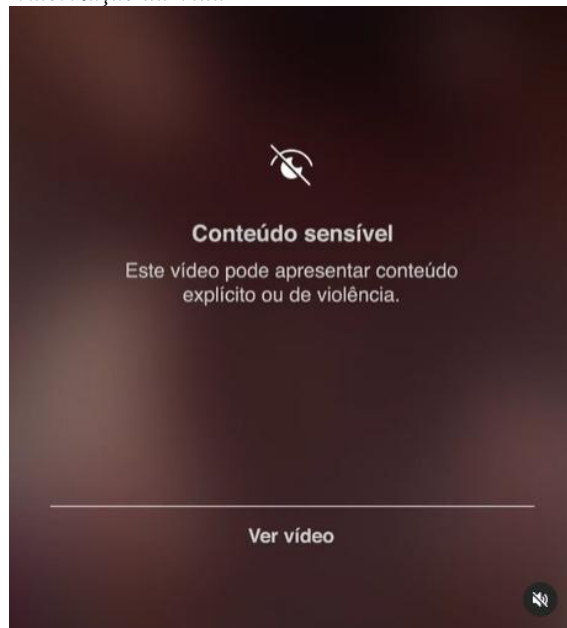
Eu gosto de um texto assim, que é impactante. Ele fala bastante e tipo uma coisa que eu pensaria assim ‘jovens de 18 a 24 anos’ principalmente que está na minha faixa etária, né? Então eu pensaria ‘poxa gente tão jovem e se tá acontecendo, então tá perto de mim e eu que não estou prestando atenção’. Esse texto me atrairia. Gostei do texto, ao mesmo tempo impactante e informativo. (Jovem 6, estudante do ciclo clínico)

Eu gostei de ter esse tipo de estatística, porque mostra que é bem prevalente. Acho que isso é para uma pessoa que pensa isso ela também já percebe paciente não é só ela, né? Mas eu acho que faltava... podia ter uma mensagem, uma solução, te dar uma esperança, mais do que aquele “agir salva vidas”. Acho que não foi suficiente pra pegar e dar uma esperança frente ao resto que tem (Jovem 9, estudante do ciclo clínico).

O anúncio nacional da campanha do Centro de Valorização da Vida também foi bastante mencionado pelos interlocutores (Figura 4).

Figura 4

Anúncio da campanha veiculada pelo Centro de Valorização da Vida



Nota. Instagram do Centro de Valorização da Vida (@cvvoficial)

A comunicação desse anúncio tem a especificidade de ser audiovisual e apresentar o alerta usual das redes sociais digitais: “Conteúdo sensível – Este vídeo pode apresentar conteúdo explícito ou de violência”, o que estimulou a curiosidade dos interlocutores. A produção de sentido pelos jovens universitários tem uma natureza ambivalente, visto que o conteúdo pode despertar um “gatilho” com imagens de cunho sensível.

Meu primeiro pensamento nunca foi isso assim, sempre foi pensar tipo: aí deve ser uma imagem do tipo da duma cena de suicídio, sabe? E assim, eu não quero ver uma cena de suicídio, então eu passaria reto. . . . pra mim não me impactaria, mas porque eu me recusaria a assistir, porque foi o que o meu cérebro conseguiu associar que eu provavelmente ia ver naquelas imagens. (Jovem 5, estudante do ciclo clínico)

[O anúncio é] um soco no estômago, eu gosto disso. Eu acho que é bom, que toca na ferida, né? Realmente é uma pandemia invisível que a gente está, às vezes, muito mais preocupado nas besteiras na internet do que com pessoas que a gente ama e quando está sofrendo com isso. (Jovem 10, estudante do ciclo básico)

Esse [anúncio] me trouxe uma sensação de dúvida. Porque não parece um... não parece uma propaganda de suicídio. Me parece mais que seria uma crítica social e não algo que vai te prevenir de suicidar-se assim. Gostei, se fosse para uma crítica social, do tipo de relações líquidas, alguma coisa assim [e que] está de certa forma relacionado ao suicídio, mas não diretamente. Se fosse para essa crítica social, eu gostaria, mas pra campanha de suicídio acho que as pessoas não diriam que está relacionada, mas que não é uma campanha direta contra o suicídio, entendeu? (Jovem 7, estudante do internato)

Diante dos relatos dos jovens universitários explicitando a sua produção de sentido em relação às campanhas, vemos indícios de qual tipo de comunicação é capaz de provocá-los à recepção para, então, informá-los sobre a prevenção ao suicídio e mobilizar uma mudança de comportamentos e reduzir riscos. Esses dados indicam que não basta pautar o *Setembro Amarelo*, mais do que isso, é preciso que as organizações comuniquem de forma clara e objetiva o problema do suicídio e os caminhos para evitá-lo, seja em situação de ideação, de necessidade de diálogo/acolhimento ou de uma emergência em caso de tentativa.

Tais resultados que emergiram das práticas de recepção do público, coincidentemente, reiteram as diretrizes de especialistas já comentadas e aparentemente não contempladas pela maioria das campanhas analisadas. Isso demonstra que a

comunicação pode ser mais efetiva se os responsáveis pelo seu desenvolvimento atentarem para as orientações consolidadas no Brasil e no mundo em relação às campanhas de prevenção.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do estudo sobre comunicação e prevenção ao suicídio com ênfase nas campanhas e sua recepção por jovens universitários apresentam suficiência diante dos objetivos da pesquisa. No entanto, apontam para a necessidade de continuidade e complexificação da abordagem. Como apontado por outros investigadores internacionais, há necessidade de refletir sobre as informações acerca de prevenção ao suicídio circuladas pelas instituições promotoras (Randolph, Viswanath, 2004; Torok et al., 2017; Wakefield et al., 2010), levando em consideração, especialmente, o público (Ftanou et al., 2016) para o qual essas comunicações estão sendo desenvolvidas (Ftanou et al., 2018).

Por um lado, reunimos evidências acerca de como é a comunicação das campanhas do *Setembro Amarelo* nos cenários internacional, nacional, regional, local e de IES, bem como a produção de sentido sobre essas campanhas pelo público jovem universitário. Por outro, saímos desta pesquisa nos questionando: como abordar esse fenômeno complexo e multifatorial que é o suicídio? De que modo falar de sua prevenção em contextos tão diversos e desiguais como cabe atentar? Como colocar em prática os diferentes papéis que a comunicação pode desempenhar para reduzir o estigma e os casos desse tipo de morte?

Realizamos o estudo com ênfase na campanha de prevenção *Setembro Amarelo* e conscientes de que, como política de prevenção, pautar o debate sobre o tema durante um único mês, entre os doze meses do ano, é insuficiente. O que não esperávamos, porém, era identificar a proliferação de campanhas promovidas por organizações diversas que, paradoxalmente, apresentam tanta restrição ou temor para tratar o tema de forma objetiva e direta, como é recomendado por especialistas desde os anos 1990. Abordar a promoção da vida e da saúde mental em vez da prevenção ao suicídio é a escolha comunicativa da maioria das organizações cujas campanhas foram pesquisadas, contrariando as diretrizes consolidadas.

Em outro momento da pesquisa, na expectativa de conhecer quais dessas campanhas seriam recebidas pelo público jovem universitário, nos surpreendemos mais uma vez e de forma tão significativa que exigiu uma revisão metodológica. Tínhamos como premissa que alguma das dezenas de peças de campanhas que estavam sendo veiculadas em setembro de 2021 teria sido vista e lembrada pelo público, mas isso não aconteceu. Nenhum dos 12 interlocutores

mencionou espontaneamente a lembrança de uma campanha de prevenção ao suicídio. Destacamos que os jovens universitários pesquisados são estudantes do Curso de Medicina de uma IES do estado do RS, usuários da rede social digital Instagram e estão inseridos, portanto, em um ambiente midiático no qual circulavam campanhas de associações e conselhos da área da saúde e da psiquiatria, bem como a comunicação da própria IES, pautando o *Setembro Amarelo* (e que constituíram o corpus dessa pesquisa).

Nesta investigação, com o objetivo primário que tínhamos delineado e os recursos mobilizados, não houve condições de saber o porquê dessa invisibilidade ou irrelevância da comunicação do *Setembro Amarelo* na perspectiva do público. Isso requer investidas empíricas futuras na perspectiva da recepção e, antes disso, do consumo midiático, a fim de identificar como e por que tais campanhas não emergem como relevantes entre as demais ofertas midiáticas que recebem atenção desse público. Tais pressupostos vão ao encontro das necessidades de diferentes níveis de comunicação persuasiva (Colley, 1976), promovendo uma diversidade nas estratégias da comunicação persuasiva e abrangendo variados níveis de comunicação. Isso se justifica pelo fato de que esses sujeitos possuem distintas vivências relacionadas ao acesso à informação e ao fenômeno social estudado.

Além de constatar que as campanhas têm pouca repercussão entre o público estudado, o principal resultado da pesquisa evidencia que, em geral, a comunicação adotada nas campanhas aborda a promoção da saúde mental no lugar da prevenção ao suicídio. Com isso, a comunicação acaba reforçando tabus sobre o tema e deixa de cumprir a função esperada pelos jovens universitários: informar sobre meios de ajudar e pedir ajuda e onde e/ou como encontrar atendimento para o suicídio iminente.

É importante destacar que a expectativa dos jovens universitários em relação ao que deveria ser comunicado nesse tipo de campanha coincide com as recomendações dos peritos em prevenção ao suicídio da área médica (WHO, 2023a) e das políticas públicas nacionais sobre o objetivo e a forma de comunicação que as campanhas deveriam preconizar (Brasil, 2019). Aqui, temos um achado que nos provoca na direção de pesquisas futuras na instância da produção das campanhas; afinal, é evidente que alguma(s) etapa(s) do processo recomendado para o desenvolvimento das campanhas — pesquisa sistemática, diálogo com estratégias mais amplas, definição clara de objetivo, público e estímulo à ação, divulgação, pré-teste e avaliação (California Mental Health Services Authority, 2012) — não está(ão) sendo contemplada(s).

Apesar dessas lacunas que provavelmente existem no desenvolvimento das campanhas, observamos um significativo interesse e comprometimento das organizações pesquisadas quanto a adesão ao *Setembro Amarelo*, o que

certamente está mobilizando investimentos para produção e veiculação da comunicação. Entretanto, no contexto pesquisado, tais campanhas não estão atendendo, em seu maior potencial, o objetivo de reduzir o estigma sobre o tema e auxiliar na prevenção de casos de morte por suicídio. Afinal, muitas delas sequer estão sendo vistas e lembradas por certos segmentos de público. Diante disso, é crucial que os resultados de pesquisas como esta sejam usados como referência para o desenvolvimento de campanhas futuras, de modo que o investimento público e privado feito pelas organizações realmente contribua para as políticas de prevenção ao suicídio. ■

REFERÊNCIAS

- Alves, F. J. O., Fialho, E., de Araújo, J. A. P., Naslund, J. A., Barreto, M. L., Patel, V., & Machado, D. B. (2024). The rising trends of self-harm in Brazil: an ecological analysis of notifications, hospitalisations, and mortality between 2011 and 2022. *The Lancet Regional Health-Americas*, 31, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.lana.2024.100691>.
- Araújo, I. S. de, & Cardoso, J. M. (2007). *Comunicação e saúde*. FIOCRUZ/Fiocruz.
- Associação Brasileira de Psiquiatria. (2023). Setembro Amarelo. Recuperado em 26 de novembro de 2023, de: <http://www.setembroamarelo.com>
- Associação Nacional de Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior. (2019). *V Pesquisa Nacional de Perfil Socioeconômico e Cultural dos(as) Graduandos(as) das IFES – 2018*. ANDIFES. <https://www.andifes.org.br/wp-content/uploads/2019/05/V-Pesquisa-Nacional-de-Perfil-Socioeconomico-e-Cultural-dos-as-Graduandos-as-das-IFES-2018.pdf>
- Bertolote, J. M. (2012). *O suicídio e sua prevenção*. Editora Unesp.
- Brasil. (2021). *Boletim Epidemiológico 33: Mortalidade por suicídio e notificações de lesões autoprovocadas no Brasil*. (2021). https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins/epidemiologicos/edicoes/2021/boletim_epidemiologico_svs_33_final.pdf/view
- Braga, A., & Gastaldo, É. (2012). Variações sobre o uso do Skype na pesquisa empírica em comunicação: apontamentos metodológicos. *Revista Contracampo*, 24, 4-18. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v1i24.185>
- Bridge, J. A., Greenhouse, J. B., Ruch, D., Stevens, J., Ackerman, J., Sheftall, A. H., Horowitz, L. M., Kelleher, K. J., & Campo, J. V. (2020). Association between the release of Netflix's 13 reasons why and suicide rates in the United States: An interrupted time series analysis. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 59(2), 236-243. <https://doi.org/10.1016/j.jaac.2019.04.020>

- California Mental Health Services Authority. (2012). *Suicide Prevention Situational Overview*. <https://emmresourcecenter.org/system/files/2017-04/Baseline%20Study%20Full%20Report.pdf>
- Cardoso, J. M., & de Araújo, I. S. (2009). *Comunicação e Saúde*. Fiocruz. <http://www.sites.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/comsau.html>
- Cassorla, R. M. S. (2017). *Suicídio: fatores inconscientes e aspectos socioculturais –: uma introdução*. Blucher.
- Colley, R. H. (1976). *DAGMARDagmar: sistema de definição de objetivos publicitários para medir a eficiência da propaganda*. Pioneira.
- Dumesnil, H., & Verger, P. (2009). Public awareness campaigns about depression and suicide: A review. *Psychiatric Services, (Washington, D.C.)*, 60(9), 1203-1213. <https://doi.org/10.1176/ps.2009.60.9.1203>
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa*. Artmed; Bookman.
- Franck, M. C., Monteiro, M. G., & Limberger, R. P. (2020). Mortalidade por suicídio no Rio Grande do Sul: uma análise transversal dos casos de 2017 e 2018. *Epidemiologia e serviços serviços de saude saúde: revista do Sistema Unico Único de Saude Saúde do Brasil*, 29(2). <https://doi.org/10.5123/s1679-49742020000200014>
- Ftanou, M., Cox, G., Nicholas, A., Spittal, M. J., Machlin, A., Robinson, J., & Pirkis, J. (2016). Suicide prevention public service announcements (PSAs): Examples from around the world. *Health Communication*, 32(4), 493-501. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1140269>
- Ftanou, M., Skehan, J., Kryszynska, K., Bryant, M., Spittal, M. J., & Pirkis, J. (2018). Crafting safe and effective suicide prevention media messages: outcomes from a workshop in Australia. . *International Journal of Mental Health Systems*, 12(123). <https://doi.org/10.1186/s13033-018-0203-5>
- Gomes, N. D. (2008). Publicidade ou propaganda? É isso aí! *Revista FAMECOS*, 8(16), 111-121. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2001.16.3142>
- Gonçalves, C. R. (2022). *Diante de uma questão de saúde pública, haja consciência!: Mediações, narrativas e circulação de sentidos sobre o suicídio suicídio* [Dissertação de mestrado, Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Fundação Oswaldo Cruz]. Repositório Institucional da Fiocruz: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/55355>
- Instituto FSB Pesquisa. (2021). *Saúde Integral e Opinião Pública: estudo com a população brasileira*. SulAmérica. <https://www.fsb.com.br/wp-content/uploads/2022/01/Instituto-FSB-Pesquisa-Sulame%CC%81rica-Sa%C3%Bade-Integral-Popula%C3%A7%C3%A3o-Vers%C3%A3o-Executiva.pdf>

- Jacobi, C. M. (2019). *A sustentabilidade na publicidade: recepção a partir do fluxo publicitário televisivo* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação]. Repositório digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (LUME): <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/194832>
- Jacks, N. A., & Escosteguy, A. C. (2005). *Comunicação e recepção*. Hacker.
- Kaslow, N. J., Garcia-Williams, A., Moffitt, L., McLeod, M., Zesiger, H., Ammirati, R., & Emory Cares 4 U Coalition, M. O. T. (2012). Building and maintaining an effective campus-wide coalition for suicide prevention. *Journal of College Student Psychotherapy*, 26(2), 121-139.
- Klimes-Dougan, B., & Lee, C.-Y. S. (2010). Suicide prevention public service announcements: Perceptions of young adults. . *Crisis*, 31(5), 247-254. <https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000032>
- Laville, C., & Dionne, J. (1999). *A construção do saber: manual Manual de Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas*. Editora UFMG; Artmed.
- Lei nº 13.819, de 26 de abril de 2019. (2019). *Institui a Política Nacional de Prevenção da Automutilação e do Suicídio, a ser implementada pela União, em cooperação com os Estados, o Distrito Federal e os Municípios; e altera a Lei nº 9.656, de 3 de junho de 1998*. Presidência da República. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/l13819.htm
- Melo, I. (2019, setembro 12). *Campanha de prevenção ao suicídio é lançada na Capital para sensibilizar sociedade*. Zero Hora. <https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/noticia/2019/09/campanha-de-prevencao-ao-suicidio-e-lancada-na-capital-para-sensibilizar-sociedade-ck0h4k2pw02ie01tgsnivpcfv.html>
- Mendes, L. de M. R., Carlos Ferreira Vianna, A. C. F., & Baiense Felix, C. (2022). Imprensa e o tabu do suicídio: uma proposta de rediscussão do tema. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 19(56). <https://doi.org/10.18568/cmc.v19i56.2592>
- Minayo, M. C. de S. (2016). O desafio da pesquisa social. Em In M. C. de S. Minayo (Org.), *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade* (pp. 9-28). Vozes.
- Moreira, S. V. (2011). Análise documental como método e como técnica. In J. Duarte & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 269-279). Atlas.
- Muzzolon, S. R., Muzzolon, M., & Lima, M. N. (2021). 130 anos de evidências: risco de suicídio entre médicos e estudantes de medicina. *Revista de Medicina*, 100, 7(6), 528-535. <https://doi.org/10.11606/issn.1679-9836.v100i6p528-535>

- Organização Pan-Americana de Saúde. (2021, 9 de setembro). *Após 18 meses de pandemia de COVID-19, OPAS pede prioridade para prevenção ao suicídio*. Organização Pan-Americana de Saúde. Disponível em: <https://paho.org/pt/noticias/9-9-2021-apos-18-meses-pandemia-covid-19-opas-pede-prioridade-para-prevencao-ao-suicidio>
- Ornell, F., Benzano, D., Borelli, W. V., Narvaez, J. C. de M., Moura, H. F., Passos, I. C., Sordi, A. O., Schuch, J. B., Kessler, F. H. P., Scherer, J. N., & von Diemen, L. (2022). Differential impact in suicide mortality during the COVID-19 pandemic in Brazil. . *Revista brasileira de psiquiatria*, 44. (Sao Paulo, Brazil: 1999). <https://doi.org/10.47626/1516-4446-2022-2581>
- Pessoni, A. (2007). Comunicação para a Saúde: estado da arte da produção norte-americana. *Comunicação e & Inovação*, 8(14), 61-64. https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/675
- Piccin, J., Manfro, P. H., Caldieraro, M. A., & Kieling, C. (2020). The research output on child and adolescent suicide in Brazil: a systematic review of the literature. . *Revista brasileira de psiquiatria* (Sao Paulo, Brazil: 1999), 42(2), 209-213. <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2019-0497>
- Piedras, E. R. (2007). *Publicidade, imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino*. [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul] Repositório Aberto da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.: <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4636>
- Piedras, E. R. (2009). Fluxo publicitário: anúncios, produtores e receptores. Porto Alegre: Sulina.
- Pirkis, J., Rossetto, A., Nicholas, A., Ftanou, M., Robinson, J., & Reavley, N. (2017). Suicide prevention media campaigns: A systematic literature review. *Health Communication*, 34(4), 402-414. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1405484>
- Brasil. (2015). *Política Nacional de Promoção da Saúde*: PNPS. (2015). *Revisão da Portaria MS/GM no 687, de 30 de março de 2006*. https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/pnps_revisao_portaria_687.pdf
- Randolph, W., & Viswanath, K. (2004). Lessons learned from public health mass media campaigns: Marketing health in a crowded media world. . *Annual Review of Public Health*, 25(1), 419-437. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.25.101802.123046><https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.25.101802.123046>
- Saldanha, P. G. (2018). *Uma proposta tipológica brasileira para a Publicidade Social: uma abordagem epistemológica e metodológica* [Anais do Congresso]. Em Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación

- (Org.), Anais do XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación Comunicación (p. 260-265).
- Schiavo, R. (2013). *Health communication: From theory to practice*. Jossey-Bass.
- Schwenk, T. L., Davis, L., & Wimsatt, L. A. (2010). Depression, stigma, and suicidal ideation in medical students. . *JAMA: The Journal of the American Medical Association*, 304(11), 1181-1190. <https://doi.org/10.1001/jama.2010.1300>
- Song, I. H., You, J.-W., Kim, J. E., Kim, J.-S., Kwon, S. W., & Park, J.-I. (2017). Does a TV public service advertisement campaign for suicide prevention really work?: A case from South Korea. *Crisis*, 38(3), 195-201. <https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000434>
- Souza, E. R. D., Minayo, M. C. D. S., & Malaquias, J. V. (2002). Suicide among young people in selected Brazilian State capitals. . *Cadernos de Saúde Pública*, 18(3), 673-683. <https://doi.org/10.1590/S0102-311X2002000300011>
- Stumpf, I. R. C. (2011). Pesquisa bibliográfica. In J. Duarte & A. Barros (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (p. 51-61). Atlas.
- Till, B., Sonneck, G., Baldauf, G., Steiner, E., & Niederkrotenthaler, T. (2013). Reasons to love life: Effects of a suicide-awareness campaign on the utilization of a telephone emergency line in Austria. . *Crisis*, 34(6), 382-389. <https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000212>
- Torok, M., Caele, A., Shand, F., & Christensen, H. (2017). A systematic review of mass media campaigns for suicide prevention: Understanding their efficacy and the mechanisms needed for successful behavioral and literacy change. *Suicide & Life-Threatening Behavior*, 47(6), 672--687. <https://doi.org/10.1111/sltb.12324>
- Wakefield, M. A., Loken, B., & Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *The Lancet*, 376(9748), P1261-1271. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(10\)60809-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(10)60809-4)
- World Health Organization. (2021). *Suicide worldwide in 2019: global health estimates*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240026643>
- World Health Organization. (2023a). *Preventing suicide: a resource for media professionals*. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240076846>
- World Health Organization. (2023b). *Suicide*. World Health Organization <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/suicide>
- Yorkey, B. (Diretor). (2017). *13 Reasons Why* [Os 13 porquês] [Série]. Netflix. <https://www.netflix.com/br/title/80117470>

Uma abordagem discursiva das estratégias de legitimação do telejornalismo

A discursive approach to the legitimation strategies of television journalism

CLARISSA SCHWARTZ^a

EUGENIA MARIANO DA ROCHA BARICHELLO^b

Universidade Federal de Santa Maria, Departamento de Ciências da Comunicação. Santa Maria – RS, Brasil

RESUMO

Este artigo¹ discute os processos de legitimação do telejornalismo brasileiro a partir da identificação e análise de estratégias discursivas acionadas pelo *Jornal Nacional*, exibido pela Rede Globo. Tendo como objetivo investigar como os acontecimentos reportados pelo telejornal incidem sobre as estratégias discursivas de legitimação desenvolvidas nas coberturas, três acontecimentos jornalísticos foram selecionados para análise: rompimento de barragens em Brumadinho, aumento de queimadas na Amazônia e pandemia de covid-19. A investigação tem como base teórico-metodológica a análise do discurso em três níveis – situacional, discursivo e semiolinguístico, – proposta por Charaudeau. As principais estratégias discursivas de legitimação identificadas foram autorreferencialidade, apropriação de conteúdos amadores, instantaneidade e didaticidade, sendo sua operacionalização influenciada pela complexidade do nível situacional de cada acontecimento, entendido como um espaço de coerções.

Palavras-chave: Telejornalismo, midiatisação, estratégias discursivas de legitimação

ABSTRACT

This study discusses the processes of legitimization of Brazilian television journalism based on the identification and analysis of discursive strategies used by *Jornal Nacional*, broadcast by Rede Globo. Aiming to investigate how the events reported by the news affect the discursive legitimation strategies developed in the coverage, three journalistic events were selected for analysis: the dam failure in Brumadinho; the increase in fires in the Amazon, and the COVID-19 pandemic. This investigation has the analysis of discourse

^aDoutora em Extensão Rural (2012) e Comunicação (2023) pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com Estágio Pós-Doutoral em Comunicação (PNPD-CAPES), também pela UFSM. <https://orcid.org/0000-0002-6598-6355>. E-mail: clarissaschwartz@yahoo.com.br

^bDoutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) (2000). Realizou Estágio Pós-Doutoral Sênior na University College of London, com bolsa CAPES. Pesquisadora PQ2 CNPq (2008-2022) e docente permanente do PPG Comunicação UFSM (2005-2022). <https://orcid.org/0000-0001-5244-2829>. E-mail: eugeniabarichello@gmail.com

¹ Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior do Brasil (Capes) – Código de Financiamento 001 e Conselho Nacional de Pesquisa (PQ2 CNPq).

at three levels – situational, discursive, and semiolinguistic – proposed by Charaudeau as its theoretical-methodological basis. The main identified discursive legitimation strategies refer to self-referentiality, appropriation of amateur content, instantaneity, and didacticity, the operationalization of which is influenced by the complexity of the situational level of each event, understood as a space of coercion.

Keywords: Television journalism, mediatization, legitimation discursive strategies

A CRISE DO JORNALISMO contemporâneo tem sido definida como uma das mais complexas de sua história, indo muito além dos modos de financiamento e atingindo a legitimação da instituição em todo o mundo (Christofoletti, 2019; Meditsch, 2018). No Brasil, o agravamento do processo de deslegitimação da Imprensa está completando uma década. A cobertura jornalística dos protestos de junho de 2013² foi alvo de críticas de distorção e manipulação de fatos, com jornalistas passando a ser hostilizados, sendo que muitos dispensaram as credenciais das organizações jornalísticas e trabalharam de modo discreto nas multidões, na tentativa de minimizar os riscos de serem agredidos (Queiroz & Coutinho, 2014). Naquele ano, a Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj) registrou 189 ataques a profissionais de comunicação no Brasil. Em que pese haver redução nas ocorrências nos cinco anos seguintes em relação ao número registrado em 2013, a partir de 2019 os ataques superaram o patamar de 2013 e em 2021 foram registradas 430 ocorrências de violência a jornalistas no Brasil: um recorde desde o início da série histórica da Fenaj. Em 2022, o número total de ocorrências de violência contra jornalistas sofreu ligeira queda, totalizando 376 casos. No entanto, ocorrências de ameaças, hostilizações e intimidações tiveram um crescimento de 133%. A Fenaj relaciona a situação à gestão de Jair Bolsonaro, que durante seu mandato presidencial foi o principal agressor da Imprensa (Fenaj, 2023; *Violência contra jornalistas*, 2021).

Meditsch (2018, p. 11) avalia que a crise “parece contaminar a própria sociedade” imersa no crescente fenômeno da desinformação. O problema é tão grande que em 2020, com a pandemia de covid-19, a Organização Mundial da Saúde (OMS) reconheceu a existência de uma infodemia, definida como “um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (Organização Pan-americana da Saúde, 2020, p. 2). O problema revela uma das facetas dos processos de mediação, compreendidos como novos padrões interacionais possibilitados pelo processo de virtualização (Hjarvard, 2012), uma “nova arquitetura comunicacional” em que os feedbacks são intensos e complexos (Fausto Neto, 2018, p. 68).

Christofoletti (2019, p. 57) considera que a “erosão da credibilidade” dos meios de comunicação está inserida no contexto de crise das instituições. Segundo o *Edelman*

² As manifestações começaram em 6 de junho de 2013, foram convocadas por meio das redes sociais pelo Movimento Passe Livre (MPL) e pediam a suspensão do aumento de passagens de ônibus e metrô em São Paulo. Os protestos se espalharam para 25 capitais com diferentes demandas (Figueiredo, 2017).

Trust Barometer, realizado em 28 países, incluindo o Brasil, em novembro de 2022, o percentual de confiança geral na mídia era de 50%, índice menor do que empresas (62%), organizações não-governamentais (59%) e governo (51%). No Brasil, 46% dos entrevistados declararam confiar na mídia (Edelman, 2023).

Compreendemos que, diante do cenário de crise e convergência (Jenkins, 2009), novos meios e meios tradicionais em constante reconfiguração, que já não possuem fronteiras delimitadas e tampouco usos distintos, atuam de modo concomitante, a televisão – especialmente os canais abertos – continua a ocupar uma função central, principalmente na cobertura de grandes acontecimentos, em que mobiliza grandes audiências (Becker et al., 2018; Jost, 2010) e busca acionar “um sentido de ocasião”, uma espécie de empatia coletiva diante dos acontecimentos transmitidos (Katz, 1993, p. 59). Nesses momentos, observamos que o telejornalismo, que hoje ultrapassa a especificidade da televisão (Emerim, 2020), incrementa o desenvolvimento de estratégias que buscam estabelecer, assegurar e, especialmente, recuperar uma posição de legitimidade diante do público e seus pares. Os processos de legitimação são entendidos aqui enquanto práticas comunicacionais que buscam o reconhecimento de uma instituição, organização, atividade ou indivíduo perante a sociedade. Além do olhar do outro, implicam atualmente em relacionamento e demandam ações por parte do público (Barichello, 2017; Dall Agnese, Barichello & Belochio, 2016; Berger & Luckmann, 2014; Charaudeau, 2014c; Van Leeuwen, 2007).

Diante do contexto supracitado, o objetivo geral deste artigo é investigar aspectos da incidência dos acontecimentos reportados pelo telejornalismo sobre as estratégias discursivas de legitimação acionadas nas coberturas. O objeto empírico de análise é o *Jornal Nacional* (JN), telejornal noturno da televisão aberta há mais tempo em exibição no país e com a maior audiência, exibido pela Rede Globo de Televisão de segunda-feira a sábado.

O artigo está dividido em cinco partes. Após essa seção introdutória, apresentamos as bases teórico-metodológicas utilizadas para investigar as estratégias discursivas de legitimação acionadas pelo JN. Na sequência, apresentamos três acontecimentos jornalísticos que eclodiram entre 2019 e 2020 e foram selecionados para a pesquisa em razão do poder de afetação individual e coletivo (Quéré, 2005) e característica de grande duração (Fontcuberta, 1993): rompimento de barragens da companhia Vale em Brumadinho, aumento de queimadas na Floresta Amazônica e pandemia de covid-19³. Salientamos que a intenção não foi avaliar as coberturas, mas as estratégias discursivas de legitimação nelas verificadas. A seção também detalha o percurso empreendido para identificação das estratégias discursivas. No quarto momento, realizamos um cotejamento dos modos de operacionalização das estratégias discursivas de legitimação identificadas em cada acontecimento. Por fim, identificamos aspectos das condições da enunciação de

³ A seleção de três acontecimentos em momentos distintos (primeiro e segundo semestres de 2019 e primeiro semestre de 2020) buscou atentar para diferentes estratégias discursivas de legitimação e diversos modos de operacionalização.

cada acontecimento para analisar a incidência dos acontecimentos reportados em relação às estratégias discursivas de legitimação acionadas pelas coberturas.

BASES TEÓRICO-METODOLÓGICAS UTILIZADAS PARA ABORDAR DISCURSO E LEGITIMAÇÃO

Charaudeau (2013, p. 67) atenta para as condições específicas em que emergem os discursos e compara esse quadro de referência a um palco, “com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico”. Desse modo, comunicar implica reconhecer minimamente essas restrições, esse conjunto de condições em que o ato de comunicação é realizado, significa ter ciência de um “contrato de comunicação” (Charaudeau, 2013, p. 68), que o autor define como o “conjunto das restrições que codificam as práticas sociolinguageiras, lembrando que tais restrições resultam das condições de produção e de interpretação” (Charaudeau, 2019, p. 60). Esse conjunto de restrições é composto por dados internos e externos.

Os dados externos correspondem ao nível situacional ou comunicacional e “desempenham o papel de coerções” (Charaudeau, 2014d, p. 453). Referem-se tanto às regularidades no comportamento dos indivíduos como às características estáveis da situação de troca. Charaudeau (2013) divide os dados externos em quatro tipos de condição de enunciação: condição de identidade – atenta para os traços identitários que influenciam o ato de comunicação e pode ser definida respondendo à questão: “quem fala a quem?” (Charaudeau, 2013, p. 69); condição de finalidade – considera os objetivos do ato de linguagem, sendo identificada pela resposta à pergunta: “estamos aqui para dizer o quê?” (Charaudeau, 2013, p. 69). O autor identifica quatro visadas ao responder essa pergunta:

a *prescritiva*, que consiste em querer “fazer fazer”, isto é, querer levar o outro a agir de uma determinada maneira; a *informativa*, que consiste em querer “fazer saber”, isto é, querer transmitir um saber a quem se presume não possui-lo; a *incitativa*, que consiste em querer “fazer crer”, isto é, querer levar o outro a pensar que o que está sendo dito é verdadeiro (ou possivelmente verdadeiro); a visada do *páthos*, que consiste em “fazer sentir”, ou seja, provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável. (Charaudeau, 2013, p. 69)

Em seguida, há: a condição de propósito – observa o domínio de saber em que o discurso é construído e pode ser reconhecida por meio de uma resposta à pergunta: “do que se trata?” (Charaudeau, 2013, p. 69); e a condição de dispositivo – refere-se ao ambiente específico em que o ato de comunicação é construído e pode

ser identificada respondendo a questões como: “que lugares físicos são ocupados pelos parceiros [da troca comunicativa]” (Charaudeau, 2013, p. 70).

Já os dados internos são encontrados nos níveis discursivo e semiolinguístico e referem-se ao modo de construção desse discurso, ou seja, “como dizer?” (Charaudeau, 2013, p. 70). Charaudeau apresenta três espaços de comportamento linguageiros: 1) espaço de locução, no qual são construídas as identidades dos locutores e interlocutores; 2) espaço de relação, no qual são estabelecidas as relações entre locutores e interlocutores; e 3) espaço de tematização, no qual são organizados os temas da troca comunicativa.

Enquanto o nível discursivo é considerado o lugar em que estão os modos de falar condicionados pelo nível situacional, o nível semiolinguístico corresponde à própria configuração textual e deve atender às condições de legitimidade, credibilidade e captação (Charaudeau, 2005).

As estratégias de captação buscam seduzir ou persuadir aquele para o qual falamos. O autor aponta dois tipos de atitudes que o sujeito falante pode adotar para tal finalidade: a) polêmica, que questiona valores ou a legitimidade do parceiro da troca comunicativa ou de um terceiro; ou b) dramatização, que busca sensibilizar o outro por meio da utilização de recursos como analogias, comparações e metáforas, baseando-se mais em crenças do que em conhecimento e fazendo com que a informação seja inserida em um espetáculo (Charaudeau, 2014a).

O autor esclarece que a noção de credibilidade resulta de um julgamento de alguém em relação a uma pessoa ou situação. Para tanto, o sujeito falante pode assumir três tipos de posição: 1) neutralidade, produzindo um discurso que busca apagar traços de julgamento pessoal; 2) engajamento, produzindo um discurso de convicção; e 3) distanciamento, produzindo um discurso frio e sem paixão (Charaudeau, 2014b).

A noção de legitimação, por sua vez, refere-se à posição do sujeito de direito em relação à palavra e à legitimidade do que se diz. Charaudeau (2014c) esclarece que a posição de autoridade pode decorrer de um processo com dois tipos de construção: autoridade institucional, quando o sujeito tem a autoridade do saber, como os especialistas, ou o poder de decisão, como os diretores de uma organização; e autoridade pessoal, baseada na atividade de persuasão e de sedução do sujeito.

Berger e Luckmann (2014, p. 122) definem o processo de legitimação como “uma objetivação de sentido de ‘segunda ordem’”, pois consiste na criação de significados adicionais aos processos institucionais que os expliquem e justifiquem. Desse modo, compreendem que a “função da legitimação consiste em tornar objetivamente acessível e subjetivamente plausível as objetivações de ‘primeira ordem’, que foram institucionalizadas” (p. 122).

Van Leeuwen (2007, p. 91) discute quatro principais categorias para analisar como os discursos constroem a legitimação ou a deslegitimação de práticas sociais tanto na comunicação pública como na interação cotidiana. São elas: 1) autorização – semelhante à autoridade proposta por Charaudeau, esse tipo de legitimação recorre à tradição, às leis, aos costumes e às pessoas que representam uma autoridade ou instituição; 2) avaliação moral – categoria que busca a legitimação por meio de discursos de valor; 3) racionalização – legitimação que recorre aos objetivos e usos das ações sociais institucionalizadas e conhecimentos sociais que validam essas ações; e 4) mitopoese – legitimação que é veiculada através de narrativas que buscam recompensar ações consideradas legítimas e punir ações consideradas não legítimas.

Recuero (2020) utiliza as categorias propostas por Van Leeuwen para analisar as estratégias discursivas acionadas para legitimar desinformação no Twitter. Para a autora, o fenômeno da desinformação se relaciona intrinsecamente às estratégias de legitimação que são acionadas no discurso. Também avaliando a construção da legitimidade dos discursos, Sacramento et al. (2020, p. 5,) avaliam que a covid-19 “pode ser nossa primeira pandemia da era pós-verdade”. Os autores descrevem que, nesse cenário, ocorre um deslocamento “da autoridade experimental, baseada no experimento científico e seus princípios e rigores teórico-metodológicos, para uma autoridade experiencial, sedimentada na experiência pessoal sobre as coisas do mundo como a verdade em si mesma” (p. 10), mudança essa que passa a reconhecer as testemunhas – e não mais apenas os cientistas – como produtores de conhecimento. Nesse sentido, compreendem que a “experiência como lugar da verdade tomou, inegavelmente, um lugar central”. (Sacramento et al., 2020, p. 10).

Avaliando as estratégias discursivas de legitimação do jornalismo americano também a partir da proposta de Van Leeuwen, Robinson (2017, p. 14) atenta para as implicações desse novo lugar atribuído à experiência nas narrativas: Para a autora, promover experiência pessoal informal ao papel de especialista cria ainda mais desafios de credibilidade e autoridade para os jornalistas.

Após examinarmos alguns exemplos de estratégias desenvolvidas com o objetivo de legitimação de discursos, a próxima seção detalha o percurso empreendido para identificação das estratégias discursivas de legitimação acionadas pelo JN na cobertura de três acontecimentos jornalísticos.

O OBJETO DE ESTUDO: ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO E ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

O primeiro acontecimento jornalístico selecionado para a análise foi o rompimento de barragens da companhia Vale em Brumadinho (MG), ocorrido em 25 de

janeiro de 2019 e considerado uma das maiores tragédias humanas e ambientais do Brasil. Foi constatado que 270 pessoas morreram e três seguiam desaparecidas até janeiro de 2023 (Zuba & Milagres, 2023)⁴. Em 2015, também em Minas Gerais, já havia ocorrido o maior desastre ambiental da história do país: a barragem de Fundão no distrito de Bento Rodrigues em Mariana se rompeu, resultando na morte de 19 pessoas. Os impactos ambientais, sociais e econômicos chegaram a 39 municípios dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo (Tokarnia, 2020).

O segundo acontecimento jornalístico selecionado foi o aumento de queimadas na Floresta Amazônica e o período de análise começou em 21 de agosto de 2019, quando dados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) revelaram um aumento de 145% nos focos de incêndio na Amazônia, crescimento que repercutiu intensamente na imprensa nacional e internacional (*Amazon fires increase*, 2019), sendo também um dos assuntos mais comentados nas mídias sociais (#PrayForAmazonas, 2019).

O terceiro acontecimento jornalístico escolhido foi a pandemia de covid-19, declarada em 11 de março de 2020 pela OMS e que até 30 de janeiro de 2023 havia matado 6.807.572 pessoas no mundo, sendo 696.603 no Brasil, número que deixa o país atrás apenas dos Estados Unidos em número de vítimas fatais (OMS, n.d.).

Cada acontecimento jornalístico foi analisado por um período de quatro semanas, totalizando um corpus de 84 edições do JN disponibilizadas na plataforma Globo Play, na qual assistimos na íntegra essas edições em busca de pistas de estratégias discursivas desenvolvidas especialmente com o objetivo de legitimação. Inicialmente, realizamos a decupagem dessas pistas. Além da transcrição do texto audiovisual⁵, tendo como ponto de partida os trabalhos de Rezende (2000), Paternostro (2006) e Siqueira (2012) identificamos o formato dos fragmentos (mancheté⁶, cabeça⁷, off⁸, passagem⁹, entrevista¹⁰, recado¹¹, nota¹², nota coberta¹³, nota ao vivo¹⁴, nota pé¹⁵, pergunta¹⁶, display¹⁷, entrada ao vivo¹⁸, encerramento¹⁹ e conteúdo amador²⁰). Também buscamos identificar o enunciador, o local, a data e a localização do fragmento no telejornal analisado.

O processo de decupagem resultou em 220 fragmentos que foram agrupados de acordo com suas principais características, formando bolsões discursivos que nortearam a identificação das estratégias discursivas de legitimação²¹. Os fragmentos resultaram em quatro tipologias que vão ao encontro do objeto no contexto da midiaticização. São elas:

1. Autorreferencialidade: considerada um dos principais aspectos do Jornalismo transformados pelo processo de midiaticização, produz uma enunciação que não privilegia o mundo externo, mas destaca suas próprias operações, em uma espécie de autocelebração de uma maneira específica de Jornalismo, que é tomado também enquanto

⁴Dezesseis pessoas denunciadas pelo Ministério Público Federal respondem a processo por homicídio qualificado e crimes ambientais na Justiça Federal. As empresas Vale e a Tüv Süd – empresa alemã que atestou a segurança da barragem – também respondem a processos por crimes ambientais (Zuba & Milagres, 2023).

⁵Considerando o texto a “manifestação material (verbal e semiológica: oral/gráfica, gestual, icônica etc.) da encenação de um ato de comunicação” (Charaudeau, 2019, p. 77). Os recursos imagéticos, gráficos e de edição, próprios da linguagem televisiva, foram mantidos nos casos em que a decupagem visual auxiliou a evidenciar o acionamento da estratégia discursiva analisada.

⁶As manchetes são os assuntos destacados na abertura dos telejornais com o objetivo de captar a audiência para o programa.

⁷Texto lido pelo apresentador ao vivo no estúdio ou pelo repórter em entrada ao vivo, que introduz o assunto abordado em reportagem, nota coberta, entrevista, entrada ao vivo, etc.

⁸Texto gravado pelo repórter com inserção posterior de imagens.

⁹Também chamada de boletim, marca a presença do repórter no local do acontecimento.

¹⁰Também chamada de sonora, são os depoimentos inseridos nas reportagens gravados com a orientação de uma equipe de jornalismo.

¹¹Fragmento verificado em nosso corpus apenas no acontecimento da pandemia de covid-19. São depoimentos do público veiculados com a intenção de enviar uma orientação aos telespectadores, um recado, como foi denominado pelo JN.

¹²Nota lida pelos apresentadores ao vivo sem inserção de imagens.

¹³Nota gravada pelos apresentadores com inserção posterior de imagens.

¹⁴Nota lida pelos apresentadores ao vivo com inserção de imagens também ao vivo.

¹⁵Nota lida ao final de uma reportagem com informações complementares.

¹⁶Refere-se à interlocução dos repórteres com os entrevistados.

¹⁷Nota lida pelo apresentador no estúdio com inserção de arte em um painel virtual.

¹⁸Corresponde à narrativa de simultaneidade descrita por Charaudeau (2013).

¹⁹Corresponde ao término do telejornal.

²⁰Conteúdos gerados por usuários que integram as narrativas jornalísticas. Salientamos que usamos a expressão *amador* unicamente como forma de distinção das produções das equipes de jornalismo e não como forma de avaliar pejorativamente os materiais.

²¹Em função do espaço, neste artigo reproduzimos 28 dos 220 fragmentos selecionados para a pesquisa (ver Tabela 2).

²²Entendendo os meios de comunicação como sistemas observadores, Luhmann (2011, p. 21) sublinha que eles precisam diferenciar a autorreferência da heterorreferência e não podem “tomar a si mesmos como a verdade. Eles precisam assim construir a realidade, uma outra realidade, diferente da deles mesmos”.

²³A partir de uma aproximação às ideias do educador Paulo Freire, Cerqueira (2018) busca avançar no estudo da função pedagógica do telejornalismo proposta por Vizeu (2009) e descreve 12 dispositivos didáticos do telejornalismo atual.

personagem (Fausto Neto, 2008). Recorrendo a Luhmann²², o autor compreende que diante da “apresentação desta «realidade da construção» edifica-se um novo contrato de leitura através do qual as mídias acabam sendo seu próprio objeto” (Fausto Neto, 2008, p. 98).

2. Apropriação de conteúdos amadores: refere-se aos conteúdos gerados por usuários que são cada vez mais integrados às narrativas jornalísticas, como consequência da ubiquidade dos dispositivos de registro do real somada à “aquisição coletiva de competências para a produção de conteúdo” (Martins, 2015, p. 252). Esses conteúdos redefiniram os papéis de produtores e consumidores e transformaram de forma irreversível a relação entre jornalistas e audiência (Christofolletti, 2014; Serra et al., 2015).
3. Instantaneidade: estratégia que atenta para aspectos de um dos principais valores-notícia e para a própria essência do Jornalismo – a produção de relatos sobre a atualidade (Franciscato, 2014; Wolf, 2001). Foram as transmissões ao vivo do rádio e, posteriormente, da televisão que definiram o sentido da instantaneidade para o Jornalismo contemporâneo, pois até então seu significado estava atrelado à periodicidade dos jornais impressos (Franciscato, 2014). Sentido esse que foi redefinido pela internet e, especialmente, pelas redes sociais acessadas por dispositivos móveis (Bell & Owen, 2017).
4. Didaticidade: noção elaborada pelo Centre de Recherche sur les Discours Ordinaires et Spécialisés (Cediscor) em 1993 “para designar a coloração didática de discursos cuja vocação social não é fundamentalmente transmitir conhecimentos” (Moirand, 2014, p. 165). Moirand (2000, p. 10) observa que acontecimentos de natureza distinta como catástrofes, descobertas científicas e questões relacionadas à saúde se transformam na mídia em “*lugares de transmissão de conhecimento*”. Analisando especificamente o telejornalismo, Vizeu (2009, p. 80) compreende que a função pedagógica se desenvolve por meio de uma construção didática, que resulta “de uma série de enquadramentos culturais, das práticas sociais, da cultura profissional, dos constrangimentos organizacionais e do campo da linguagem” acionados pelos jornalistas na produção de notícias²³.

Nossa investigação demonstrou que as estratégias foram desenvolvidas de modo articulado com o objetivo de legitimar a instituição Jornalismo, a organização Rede Globo, seus profissionais e a narrativa telejornalística configurada por eles. Em nossa análise, essas estratégias são relacionadas aos níveis situacional, discursivo e semiolinguístico, propostos por Charaudeau (2005, 2013, 2014d, 2019)²⁴, como sintetiza a Tabela 1:

Tabela 1

Estratégias discursivas de legitimação institucionais, organizacionais e da narrativa telejornalística

NÍVEL SITUACIONAL	NÍVEL DISCURSIVO	NÍVEL SEMIOLINGÜÍSTICO
Estratégias de legitimação institucionais	Estratégias de legitimação organizacionais	Estratégias de legitimação da narrativa telejornalística
Autorreferencialidade	Autorreferencialidade	Autorreferencialidade Apropriação de conteúdos amadores Instantaneidade Didaticidade

Nota. Elaboração própria

²⁴Barichello, Dall Agnese e Belochio (2016) propõem um modelo de análise das estratégias de legitimação do Jornalismo também em três níveis: macro (institucional), micro (organizacional) e híbrido (institucional e organizacional). Nossa proposta de análise reconhece o trabalho das autoras, relacionando-o à proposta de Charaudeau (2005, 2013, 2014d, 2019) que ampara nosso referencial metodológico,

As estratégias discursivas de legitimação institucionais buscam legitimar o Jornalismo enquanto instituição social que se configura “na conjunção das possibilidades tecnológicas com determinadas condições históricas, sociais, econômicas e culturais” (Gomes, 2007, p. 5). Guerra (2008) complementa que o Jornalismo tem como pilar a mediação entre fatos da realidade e pessoas. Para o autor, a instituição jornalística simboliza “a sistematização de valores e procedimentos técnicos forjados ao longo da formação e legitimação social da prática jornalística”, ou seja, as características que moldam tanto o *ser* como o *fazer* jornalísticos: seu conceito, seus princípios e sua função (Guerra, 2008, p. 143). Relacionando ao nível situacional de Charaudeau (2005, 2013, 2014d, 2019), são estratégias que reforçam a identidade, a finalidade e o propósito do Jornalismo enquanto instituição.

As estratégias discursivas de legitimação organizacionais têm por objetivo a legitimação das organizações jornalísticas. As organizações são a materialização da instituição jornalística, empresas que desempenham a função mediadora do Jornalismo, atendendo às normas institucionais de formas específicas, dependendo das audiências para as quais os produtos são desenvolvidos e atentando, ainda, para fatores internos e externos que influenciam na qualidade do produto jornalístico (Guerra, 2008). As estratégias de legitimação organizacionais buscam estabelecer um vínculo confiável e transparente entre a organização jornalística e seus públicos. Em correspondência ao nível discursivo de Charaudeau (2005, 2013, 2014d, 2019), as estratégias de legitimação organizacionais referem-se aos modos de falar específicos da organização jornalística.

As estratégias discursivas de legitimação da narrativa telejornalística buscam legitimar a própria configuração da narrativa telejornalística e seus enunciadores e referem-se à tessitura do próprio telejornal ou, em correspondência ao nível

semioliúístico de Charaudeau (2005, 2013, 2014d, 2019), a aspectos da própria configuração textual que buscam atender etapas de credibilidade, captação e legitimação.

Após apresentarmos o percurso que empreendemos para identificar as estratégias discursivas de legitimação acionadas nas coberturas dos acontecimentos, a próxima seção apresenta distintos modos de operacionalização dessas estratégias identificados em nossa pesquisa.

INVESTIGANDO A CONSTRUÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE LEGITIMAÇÃO

Nossa pesquisa identificou a autorreferencialidade e a apropriação de conteúdos amadores como estratégias discursivas de legitimação comuns à cobertura dos três acontecimentos selecionados para a análise, mas verificamos que sua construção ocorreu de modos distintos. A Tabela 2 apresenta um recorte de fragmentos que ilustram essas diferenças. Os destaques em negrito buscam evidenciar a análise.

Tabela 2

Fragmentos selecionados para análise

Nº	Formato	Enunciador/ local	Data/ localização	Transcrição/link
1	Passagem	Ricardo Soares B. Horizonte (MG)	26/01/2019 12'27"	Na imagem do GloboCop . . . https://globoplay.globo.com/v/7332166/
2	Off	Carlos de Lannoy Brumadinho (MG)	04/02/2019 3'25"	Numa reportagem exibida ontem no Fantástico . . . https://globoplay.globo.com/v/7354856/
3	Cabeça	Renata Vasconcellos Estúdio JN (RJ)	31/01/2019 1'35"	O G1, o portal de notícias da Globo, preparou uma animação . . . https://globoplay.globo.com/v/7345623/
4	Off	Ricardo Soares B. Horizonte (MG)	01/02/2019 10'58"	A Rede Globo confirmou as informações . . . https://globoplay.globo.com/v/7348848/
5	Off	Roberto Kovalick Brumadinho (MG)	28/01/2019 2'08"	O repórter cinematográfico Rogério Rocha flagrou . . . https://globoplay.globo.com/v/7336205/
6	Off	Roberto Kovalick Brumadinho (MG)	29/01/2019 6'49"	O produtor Renan Peixoto, da Globo News, conversou . . . https://globoplay.globo.com/v/7339126/
7	Cabeça	Renata Vasconcellos Estúdio JN (RJ)	06/02/2019 1'35"	. . . a reportagem é de Andrea Sadi e Marcelo Parreira. https://globoplay.globo.com/v/7361055/

Continuação

Nº	Formato	Enunciador/ local	Data/ localização	Transcrição/link
8	Passagem	Roberto Kovalick Brumadinho (MG)	28/01/2019 1'42''	... olha só, não é totalmente seguro [repórter se escora em uma árvore para passar]. A gente tem que atravessar, por exemplo, esse córrego aqui. E alguém também botou um tronco pra servir de ponte por aqui. Não dá pra dar mais do que um passo. Olha só. Tem muito barro, muita lama, muitos galhos. [corte na edição] ... https://globoplay.globo.com/v/7336205/
9	Off	Júlio Mosquéra Brasília, DF	21/08/2019 8'47''	A rede britânica BBC destaca: número recorde de incêndios na floresta tropical brasileira ... https://globoplay.globo.com/v/7861484/
10	Cabeça	Renata Vasconcellos Estúdio JN (RJ)	23/08/2019 16'18''	O serviço de checagem Fato ou Fake do Grupo Globo encontrou alguns exemplos [de postagens sobre a Amazônia com fotografias antigas ou de outros lugares] https://globoplay.globo.com/v/7867621/
11	Off	Felipe Santana Nova York, EUA	28/08/2019 11'55''	E hoje de madrugada Greta Thunberg postou uma foto nas redes sociais em que já era possível ver as luzes da cidade de Nova York [a foto é reproduzida sem identificar as redes sociais citadas] https://globoplay.globo.com/v/7879685/
12	Pergunta	Jornalista não identificada Brasília, DF	22/08/2019 2'53''	Podem ser fazendeiros também? [Pergunta feita à Bolsonaro em relação à autoria dos incêndios na Amazônia] https://globoplay.globo.com/v/7864435/
13	Off	Bianca Rothier Zurique, Suíça	17/03/2020 39'15''	Na entrevista de hoje, o diretor do braço europeu da OMS destacou que vivemos um momento sem precedentes e ressaltou a importância do trabalho dos jornalistas para o sucesso do combate à pandemia. https://globoplay.globo.com/v/8407649/
14	Conteúdo amador	Narrador anônimo Brumadinho (MG)	25/01/2019 7'19''	Meu Deus do Céu! Vai, vai, sai, sai! [homem registra com a câmera trêmula a correnteza de lama] https://globoplay.globo.com/v/7330310/

Continuação

Nº	Formato	Enunciador/ local	Data/ localização	Transcrição/link
15	Conteúdo amador	Narrador anônimo Brumadinho (MG)	25/01/2019 7'26''	[áudio de respiração ofegante] O véio [sic], todo mundo que tava [sic] lá embaixo com certeza morreu [vídeo registra a fuga de um trabalhador da correnteza de lama] https://globoplay.globo.com/v/7330310/
16	Off	Fabiano Villela Belém (PA)	31/08/2019 4'08''	Em São Félix do Xingu, fiscais do Ibama apreenderam 1200 cabeças de gado numa área embargada por desmatamento ilegal e que deveria estar desocupada para que a floresta voltasse a crescer . . . [off coberto com reproduções de fotografias de gado apreendido. Em caracteres: imagens cedidas pelo IBAMA] https://globoplay.globo.com/v/7888327/
17	Off	Ana Paula Rehbein Palmas (TO)	16/09/2019 21'09''	 Uma família que passava de carro pelo local registrou a cena [sobe som narrador anônimo: Olha lá o menino tocando fogo!] https://globoplay.globo.com/v/7928069/
18	Off	Giovana Dourado Goiânia (GO)	16/09/2019 19'53''	. . . quem mora na vizinhança ficou assustado [sobe som narradora anônima: Já tá chegando até aqui em casa, meu Deus. O que vai ser da gente? Olha as labaredas!] https://globoplay.globo.com/v/7928069/
19	Conteúdo amador	Sofia, 4 anos Rio de Janeiro (RJ)	24/03/2020 17'59''	Chegando aqui pra dar um recado importante. Para de sair pra rua! É para ficar dentro de casa, entendeu? . . . https://globoplay.globo.com/v/8428682/
20	Entrada ao vivo	Liliana Junger Brumadinho (MG)	25/01/2019 20'29''	 Eu falo ao vivo do Distrito de Córrego do Feijão que pertence à Brumadinho. É onde fica a mina onde as três barragens se romperam . . . https://globoplay.globo.com/v/7330310/
21	Cabeça	Sandra Annenberg Estúdio JN (RJ)	26/01/2019 1'33''	Nós acabamos de receber a atualização do número de mortos . . . https://globoplay.globo.com/v/7332166/

Continuação

Nº	Formato	Enunciador/ local	Data/ localização	Transcrição/link
22	Passagem	Roberto Kovalick Brumadinho (MG)	28/01/2019 2'19'	Agora chegou o helicóptero para buscar o corpo encontrado aqui no ônibus. Ele faz uma aproximação muito cuidadosa. Olha só, pra chegar ali perto dos socorristas [corte na edição]. Ele chega bem pertinho. Agora estão se preparando para buscar esse corpo que foi encontrado mais cedo dentro do ônibus [pausa]. É bem arriscada essa operação. Agora ele se afasta um pouco [novo corte na edição]. É um trabalho que precisa ser feito com muito cuidado e também muito respeito ao corpo que está sendo nesse momento retirado. Ali aparece o saco onde está o corpo. E agora o corpo vai sendo levado, o primeiro corpo retirado do ônibus que foi encontrado ontem pelas equipes que fazem as buscas. https://globoplay.globo.com/v/7336205/
23	Off	Graziela Azevedo São Paulo (SP)	12/03/2020 15'20''	 Os especialistas explicam que idosos e pessoas com doenças crônicas são os grupos de maior risco, mas crianças e jovens sem sintomas são transmissores. https://globoplay.globo.com/v/8395411/
24	Nota	Renata Vasconcellos Estúdio JN (RJ)	02/04/2020 24'49''	 A página do Jornal Nacional na Internet tem outras informações sobre o cadastro único [necessário para obter o auxílio emergencial durante a pandemia] https://globoplay.globo.com/v/8453685/
25	Recado	Luís Claudio Caetano, gari Rio de Janeiro (RJ)	30/03/2020 49''	 A gente faz o nosso papel e peço a vocês que vocês fazem o de vocês colaborando ficando em casa, nos ajudando, assim como nós temos [sic] ajudando vocês a manter a cidade limpa. https://globoplay.globo.com/v/8444288/
26	Off	Alan Severiano São Paulo (SP)	26/08/2019 26'10''	Na rodovia transamazônica, mais flagrantes da destruição da floresta [imagens de toras apreendidas]. https://globoplay.globo.com/v/7873524/

Continuação

Nº	Formato	Enunciador/ local	Data/ localização	Transcrição/link
27	Nota	Ana Paula Araújo Estúdio JN (RJ)	28/03/2020 22'10''	... o trabalho de todos os colegas jornalistas daqui da Globo, mas também de todos os veículos, é um remédio poderoso: dar informação para que o povo possa se proteger ... https://globoplay.globo.com/v/S440881/
28	Nota	Renata Vasconcellos Estúdio JN (RJ)	23/03/2020 4'01''	... Informação no momento desses é vital, é fundamental. É como lavar as mãos: tem que lavar. E a gente tem que se informar ... https://globoplay.globo.com/v/S425010/

Nota. Elaboração própria a partir de *Jornal Nacional*, edições entre 25/01/2019 e 26/02/2019, 21/08/2019 e 21/09/2019 e 11/03/2020 e 11/04/2020, disponíveis na plataforma Globo Play (<https://globoplay.globo.com/>).

No acontecimento do rompimento de barragens da companhia Vale em Brumadinho, verificamos que a autorreferencialidade se concentrou nos níveis organizacional e da narrativa telejornalística, valorizando recursos técnicos (fragmento 1), programas (fragmento 2), veículos que foram tomados como fontes pelo JN (fragmento 3) e procedimentos de apuração que demonstram alinhamento da organização e do telejornal a princípios do campo jornalístico, como precisão (fragmento 4), buscando personificar a emissora, seus programas e veículos, na tentativa de estabelecer maior proximidade com o telespectador (Jost, 2010). A autorreferencialidade profissional foi verificada pelo reforço da presença e autoridade de cinegrafistas, produtores e repórteres na cobertura do acontecimento (fragmentos 5, 6 e 7), mas, especialmente, pela ênfase nas experiências dos repórteres para relatar o acontecimento (fragmento 8), ressaltando a “realidade da construção” (Fausto Neto, 2008, p. 98) e, por vezes, reportando o fazer jornalístico enquanto um drama (Coutinho, 2012). Entendemos que essa atuação resgata um ideal romântico do profissional de Jornalismo, que se arrisca em busca de uma informação genuína e, por outro lado, busca se desvincular de cânones jornalísticos cada vez mais questionados, como a objetividade, a neutralidade e a precisão, indo ao encontro de uma estética televisual mais realista, que mimetiza características de vídeos amadores (Martins, 2015) e eleva as vivências dos repórteres na cobertura dos acontecimentos ao caráter de notícia, evidenciando ainda o recurso à *atorização* dos jornalistas, uma das características do Jornalismo na sociedade midiaticizada (Fausto Neto, 2008).

Já no acontecimento do aumento de queimadas na Floresta Amazônica, identificamos um maior protagonismo da autorreferencialidade no nível institucional. Veículos de referência foram mencionados diversas vezes como forma de autenticar

o próprio acontecimento (Leal & Carvalho, 2014; Soster, 2009), denunciado pela ciência e minimizado pela gestão Bolsonaro (fragmento 9) em um *preview* do que vivenciaríamos meses depois, com a emergência da pandemia de covid-19. A estratégia desenvolvida em nível institucional também defendeu uma fronteira entre o Jornalismo e as informações obtidas em redes sociais (Christofolletti, 2014, p. 269), reiterando destaque a processos elementares da produção jornalística, como a checagem (fragmento 10), e opacizando os meios que dispensam a mediação jornalística (fragmento 11). O modo genérico de identificação das redes sociais contrasta com a constante referência verbal e imagética realizada quando as fontes das informações são as próprias organizações jornalísticas. Até mesmo fragmentos como perguntas, antes normalmente excluídas no processo de edição ou substituídas pelo texto dos repórteres (Coutinho, 2012), passaram a ser incorporadas às reportagens (fragmento 12), atentando para o fazer jornalístico enquanto processo coletivo e plural, que não se restringe ao repórter que narra o acontecimento, mas que reconhece também outros atores que atuam no ecossistema jornalístico, colaborando, assim, para reforçar a autoridade da própria instituição. Embora episódicas, essas iniciativas buscam ir ao encontro da demanda social por mais transparência e menos opacidade jornalística (Deuze, 2005; Ferrari & Christofolletti, 2022).

Os modos de operacionalização da estratégia da autorreferencialidade em nível institucional verificados no acontecimento do aumento de queimadas na Floresta Amazônica foram ratificados e intensificados no acontecimento da pandemia de covid-19, especialmente como tática de defesa e reforço da autoridade institucional do Jornalismo, diante do incremento de ataques à imprensa protagonizados especialmente pelo então presidente da República, Jair Bolsonaro. Para tanto, o telejornal também deu visibilidade à reiteradas avaliações heterorreferenciais (Luhmann, 2011) sobre a importância do Jornalismo no combate à pandemia (fragmento 13).

Em relação à apropriação de conteúdos amadores, no rompimento de barragens em Brumadinho, a estratégia foi desenvolvida especialmente através da incorporação de testemunhos anônimos às narrativas, que contemplam registros de imagens com narração simultânea dos fatos registrados (fragmentos 14 e 15), evidenciando ao telespectador “que a imagem foi captada por um corpo, por um ser humano engajado na realidade que ele filma e que, longe de ocultar-se, mostra sua subjetividade, seu ponto de vista” (Jost, 2009, p. 19), produzindo, por vezes, uma imagem violenta²⁵ que é “mais vivida do que propriamente vista”, o que contrastou com as imagens obtidas a partir de “um ponto de vista desencarnado”²⁶ (Jost, 2010, pp. 100-101), como as câmeras de segurança da mineradora. Os testemunhos desempenharam uma dupla função: atentaram ao poder de afetação do acontecimento (Quéré, 2005), humanizando narrativas baseadas em fontes oficiais, mas também dramatizaram as reportagens, com o uso e repetição de imagens violentas (Jost, 2010).

²⁵Para Jost (2010, p. 101) a imagem violenta tem como característica a produção de um choque perceptivo, pois “permite viver o acontecimento, porque ela constrói, por sua enunciação, uma humanidade atrás da câmera, de tal maneira que é possível que certas imagens, mesmo não mostrando, possam tornar-se, apesar disso, violentas”.

²⁶Jost (2010) usa essa expressão para descrever as imagens registradas por câmeras de monitoramento da rede de televisão CNN do choque do avião com a primeira torre do World Trade Center, em 11 de setembro de 2001 em Nova York.

Na cobertura do aumento de queimadas na Floresta Amazônica, a apropriação de conteúdos amadores ocorreu especialmente pela integração de imagens e fotografias às narrativas, oriundas principalmente de instituições oficiais de fiscalização e segurança que publicizaram diariamente suas ações por meio do telejornal (fragmento 16). Esse modo de operacionalização da apropriação de conteúdos amadores investiu no telejornal uma espécie de “dom de ubiquidade” (Charaudeau, 2013, p. 135), em que pese ter priorizado o caráter factual e fragmentado das informações, comum às coberturas ambientais e construções narrativas atuais (Babo, 2017; Girardi et al., 2020; Motta, 2017). Assim como verificamos em Brumadinho, os testemunhos incorporados às reportagens sobre as queimadas também tiveram como característica o anonimato ou a identificação genérica de seus autores (fragmento 17) e somente atentaram ao poder de afetação do acontecimento (Quéré, 2005) em sua extensão para regiões do Cerrado e Pantanal, sendo usados especialmente para autenticar o *off* dos repórteres e conferir maior dramatização às narrativas (fragmento 18). Os testemunhos dos povos amazônicos ficaram restritos a poucas e rápidas entrevistas realizadas pelas equipes de reportagens.

Já no acontecimento da pandemia de covid-19, a apropriação de conteúdos amadores, até então restrita à incorporação de imagens, fotografias e testemunhos pontuais – com os objetivos de humanização, dramatização ou publicização de flagrantes e/ou informações factuais – foi flexibilizada e se expandiu para todos os elementos da narrativa telejornalística, em um exemplo singular de adaptação do exercício do Jornalismo que, no contexto da midiatização da sociedade (Hjarvard, 2012), viabilizou a manutenção da construção de reportagens durante o período de isolamento social.

Um exemplo é a reportagem de Hélder Duarte sobre a organização dos moradores das favelas do Rio de Janeiro pelas redes sociais para prevenir casos de coronavírus, exibida em 24 de março de 2020. Três depoimentos de moradores postados em redes sociais foram reproduzidos pela reportagem. Todos eles foram nomeados. Imagens amadoras e registros de falta de água feitos pelos moradores também integraram a reportagem. O apelo de uma menina de quatro anos para as pessoas respeitarem o isolamento social (fragmento 19) foi reproduzido tanto na manchete de abertura da edição (trecho em *itálico* do fragmento 19) como após o *off*: “E essa menininha de quatro anos, a Sofia, tá sabendo mais do que muita gente grande”. Além da menção em *off*, o nome da menina foi reiterado por caracteres, que também identificavam a região em que Sofia mora, mostrando diferenças em relação aos conteúdos amadores integrados às narrativas dos dois acontecimentos anteriores, em que prevaleceram os narradores anônimos.

Já a instantaneidade e a didaticidade foram identificadas como estratégias específicas verificadas nas coberturas do rompimento de barragens da companhia

Vale em Brumadinho e da pandemia de covid-19, respectivamente. Salientamos que, ao identificarmos a instantaneidade e a didaticidade como estratégias discursivas de legitimação específicas desses acontecimentos, não estamos negando que o telejornal tenha acionado esses recursos nas demais coberturas, até mesmo porque tanto a instantaneidade como a didaticidade são características fundantes da televisão, também tensionadas pelos processos de mediação (Casetti & Odin, 1990; Jost, 2010; Machado, 2000). No entanto, verificamos que a instantaneidade e a didaticidade foram elementos acionados pontualmente nos demais acontecimentos, não configurando uma ação coordenada com um objetivo específico, ou uma estratégia, nos termos de Charaudeau (2013).

Desde a emergência do rompimento de barragens da companhia Vale em Brumadinho, o telejornal privilegiou a estratégia discursiva da instantaneidade para agregar maior autenticidade às informações reportadas. Para tanto, recorreu a entradas ao vivo de repórteres direto do local do acontecimento (fragmento 20), intervenções dos apresentadores no estúdio (fragmento 21) e até mesmo reportagens gravadas que simularam efeitos de “ao vivo” (Fechine, 2008), instaurando temporalidades híbridas que foram *opacizadas* pela construção narrativa. Tomamos como exemplo a reportagem de abertura da edição de 28 de janeiro de 2019, feita pelo repórter Roberto Kovalick. Aos 2’19” da edição referida, Kovalick narra o resgate de um corpo simultaneamente ao trabalho dos bombeiros (fragmento 22). Posicionado em uma área com lama mais seca, que delimita o ponto de trabalho das equipes de reportagem, o repórter descreve à distância a chegada de um helicóptero, a preparação para a retirada de uma vítima, o afastamento da aeronave, a retirada do corpo e a saída da aeronave. Os cinco momentos narrados são detalhados pelo cinegrafista com o recurso *zoom in*, oferecendo ao telespectador a possibilidade de acompanhar em detalhes o resgate, criando “a ilusão de uma história se fazendo” sem distâncias de tempo e espaço, efeito que Charaudeau (2013, p. 111) atribui às narrativas ao vivo, mas que compreendemos se estender às narrativas gravadas que simulam essa condição de transparência.

Apesar da passagem ter como objetivo uma narração simultânea do fato e simular um plano sequência, sem cortes, observamos dois cortes de edição, provavelmente para ajustar o tempo da passagem (56”) em relação ao tempo do resgate (que não temos como precisar, mas é supostamente bem maior). No entanto, algumas pausas feitas pelo repórter foram mantidas, acentuando o suspense da reportagem, o que é uma construção narrativa que mimetiza os vídeos amadores e busca se desvincular de características como velocidade e dinamismo, próprias da montagem telejornalística (Polydoro & Costa, 2014). Talvez esse modo de operacionalização da estratégia da instantaneidade decorra do reconhecimento da própria incapacidade dos telejornais diários em serem reconhecidos por ter a agilidade e a rapidez como características

elementares, diante do incremento da velocidade das notícias no ecossistema midiático. Em um momento em que a transparência é um dos principais valores exigidos do Jornalismo (Deuze, 2005; Ferrari & Christofolletti, 2022), entendemos que a opacização das temporalidades híbridas instauradas pelo telejornal pode contribuir para seu próprio processo de deslegitimação, pois acentua a desconfiança acerca dos acontecimentos reportados e sua correspondência com o real.

Já a estratégia discursiva da didaticidade também foi acionada desde o início da cobertura da pandemia de covid-19, sendo que o JN assumiu uma função pedagógica (Vizeu, 2009), indicando à população processos que buscavam orientar ações e comportamentos para enfrentar o coronavírus. A estratégia foi operacionalizada principalmente através da recorrência: à explicação, ancorada em gestores da OMS, Ministério da Saúde e demais autoridades científicas (fragmento 23); à extensão, destacando conteúdos do Jornal Nacional e de outros veículos da organização na internet (fragmento 24); e à exemplificação, inserindo depoimentos do público e dos próprios jornalistas que mostraram adesão e engajamento às orientações da comunidade científica divulgadas diariamente pelo JN. O quadro “Recado Essencial”, que começou a ser apresentado em 27 de março de 2020, ilustra como a experiência tomou o “lugar de verdade” (Sacramento et al., 2020, p. 10) no telejornal. Trabalhadores considerados essenciais – como caminhoneiros, garis e funcionários de supermercados – começaram a endossar o apelo para as pessoas ficarem em casa. O quadro foi produzido sem a presença perceptível de um repórter e/ou produtor e sem inserção de texto em *off*, opacizando a mediação jornalística. Olhando diretamente para a câmera, os próprios trabalhadores diziam o nome, a idade e contavam um pouco da vida pessoal e do cotidiano do trabalho. Imagens dos trabalhadores foram inseridas para conferir maior autenticidade ao depoimento. Ao final, todas as categorias pediam aos telespectadores para aderirem ao isolamento social, como demonstra o fragmento 25.

Após evidenciar os modos de operacionalização das estratégias discursivas de legitimação identificadas em cada um dos acontecimentos selecionados para a pesquisa, na próxima seção, buscamos compreender como os acontecimentos reportados pelos telejornais incidiram sobre as estratégias discursivas de legitimação acionadas pelas coberturas, questão principal deste artigo.

A INCIDÊNCIA DAS CONDIÇÕES DE ENUNCIÇÃO NAS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE LEGITIMAÇÃO

Compreendemos que cada acontecimento reportado representa, para o telejornal, um conjunto de coerções que incide nas estratégias discursivas de legitimação acionadas pelas coberturas. Resgatando os três níveis de análise propostos por Charaudeau (2005, 2013, 2014d, 2019), essas coerções são provenientes das

condições da enunciação do nível situacional (dados externos) e incidem nos níveis discursivo e semiolinguístico (dados internos). Na Tabela 3, identificamos aspectos das condições de enunciação de cada acontecimento.

Tabela 3

Aspectos das condições de enunciação dos três acontecimentos analisados

Acontecimento	Condição de identidade “Quem fala a quem?”	Condição de finalidade “Estamos aqui para dizer o quê?”	Condição de propósito “Do que se trata?”	Condição do dispositivo “Em que circunstâncias?”
Brumadinho	Jornalista mediador	Fazer saber Fazer sentir	Tragédia humana e ambiental	Repórteres ao vivo no local do acontecimento desde sua emergência
Amazônia	Jornalista mediador	Fazer saber Fazer sentir Fazer crer	Autenticação de uma tragédia humana e ambiental	Repórteres aproximam-se aos poucos do local do acontecimento
Pandemia	Opacização e ênfase do papel de mediação do jornalista	Fazer saber Fazer sentir Fazer crer Fazer fazer	Autenticação e modos de prevenção de uma tragédia humana	Todos imersos no acontecimento

Nota. Elaboração própria a partir de Charaudeau (2005, 2013, 2014d, 2019)

Em relação à condição de identidade, tanto no rompimento de barragens da companhia Vale em Brumadinho, como no aumento de queimadas na Floresta Amazônica, verificamos que os jornalistas desempenharam a função de mediação entre os fatos e os telespectadores, valorizando sua posição de testemunha dos acontecimentos reportados, destacando, por vezes, também um papel fiscalizatório, como verificamos em reportagens sobre a destruição da Floresta Amazônica, por exemplo (fragmento 26). Tal função foi opacizada no acontecimento da pandemia de covid-19: com a flexibilização narrativa adotada para viabilizar a cobertura do acontecimento, especialistas, entrevistados e testemunhas passaram a dar seus depoimentos por meio de aplicativos de videochamada, muitas vezes sem a mediação perceptível de uma equipe de reportagem, simulando o contato face a face com os telespectadores, restrito até então aos jornalistas. Registramos que, por vezes, essa opacização foi intencional, como identificamos no quadro “Recado Essencial”, analisado na seção anterior como exemplo do recurso à didaticidade. Por outro lado, a expansão da estratégia da autorreferencialidade demonstra o crescente esforço do telejornal em enfatizar a autoridade do Jornalismo, da organização e de seus profissionais.

Quanto à condição de finalidade, no rompimento de barragens da companhia Vale em Brumadinho, a cobertura foi elaborada especialmente para atender às duas principais visadas do contrato informativo destacadas por Charaudeau (2013): informativa (fazer saber) e do *páthos* (fazer sentir). No aumento de queimadas na Floresta Amazônica, a cobertura foi desenvolvida especialmente para atender a uma visada incitativa (fazer crer), diante do negacionismo do Governo Federal perante os números divulgados pelo INPE em relação ao aumento de queimadas na Floresta.²⁷

²⁷ Em 2 de agosto de 2019, o Governo Federal chegou a exonerar o diretor do INPE, Ricardo Galvão, por não concordar com a divulgação dos dados sobre o aumento do desmatamento na Amazônia (Quierati, 2019).

²⁸ Além da defesa do relaxamento do isolamento social, Bolsonaro incentivou o tratamento precoce com remédios sem eficiência comprovada e a não obrigatoriedade da vacina contra a covid-19 (Monari et al., 2021).

²⁹ Segundo Luhmann (2011, p. 47) o conceito de irritação “refere-se à forma pela qual um sistema pode produzir ressonância em relação aos acontecimentos do meio externo”.

³⁰ Bovet (2012) registra que essa expressão foi usada na abertura de um programa de televisão francês sobre a morte de Osama Bin Laden em 2 de maio de 2011.

Já na pandemia de covid-19, diante das informações controversas divulgadas pelo Governo Federal²⁸, o telejornal também privilegiou uma visada prescritiva (fazer fazer), materializada na estratégia da didaticidade, assumindo um papel de orientador e conselheiro da população sobre condutas e práticas para prevenir a doença.

Avançando para a condição de propósito, enquanto em Brumadinho o tema do telejornal foi a repetição de uma tragédia humana e ambiental, na Amazônia o tema foi a própria autenticação da tragédia, e na Pandemia, além da autenticação, o propósito se estendeu à prevenção da tragédia, sendo a informação jornalística associada a um “remédio poderoso”, “vital” e “fundamental” (fragmentos 27 e 28).

Em relação à condição do dispositivo, enquanto em Brumadinho os repórteres estavam no local do acontecimento logo após sua emergência e privilegiaram narrativas em simultaneidade (Charaudeau, 2013), na Amazônia essa aproximação ocorreu de modo gradual, à medida que o telejornal foi irritado²⁹ (Luhmann, 2011) pelo ecossistema midiático internacional e privilegiou narrativas de reconstituição (Charaudeau, 2013). Já na pandemia de covid-19, por sua característica de ser um acontecimento planetário³⁰, todos – e não apenas os jornalistas – estavam imersos no acontecimento com a possibilidade de propagar informações em tempo real, o que também corroborou para a opacização do jornalista como mediador entre os fatos e o público.

Considerando os dados externos identificados no nível situacional e avançando para o nível discursivo, ou seja, os modos de falar do telejornal, compreendemos que as estratégias discursivas de legitimação acionadas pelo telejornal, especialmente a partir da emergência da pandemia de covid-19, passaram a ser operacionalizadas com uma intenção mais simétrica, *com* a audiência e *com* os pares. *Com* a audiência porque os conteúdos amadores foram integrados ao telejornal não apenas com os objetivos de humanização, dramatização e publicização de flagrantes e/ou informações factuais, como verificamos nos acontecimentos de Brumadinho e da Amazônia, mas para dar visibilidade e valorizar as experiências de sujeitos ordinários, não mais predominantemente anônimos. Esse novo modo de falar da organização jornalística vai ao encontro da intensa circulação de micronarrativas que caracterizam o atual ecossistema midiático (Babo, 2017; Motta, 2017) e do reconhecimento dos testemunhos como autoridades experienciais (Sacramento et al., 2020). *Com* os pares

porque o telejornal passou a reconhecer, valorizar e integrar práticas jornalísticas mais colaborativas, outra característica do Jornalismo em midiatização, e que na pandemia foi acionada também para reforçar sua autoridade institucional.

Sublinhamos, no entanto, que a simetria a qual nos referimos é uma *intenção* que pode tanto valorizar a mediação jornalística – quando o telejornal faz correferência a seus pares, por exemplo, característica descrita por Soster (2009) – como opacizá-la (ao privilegiar os conteúdos amadores), mas não interfere na manutenção e reforço de sua centralidade na instância da produção. Em outros termos, consideramos a simetria com a audiência e os pares como uma estratégia transversal às demais estratégias discursivas de legitimação operacionalizadas pelo telejornal a partir da cobertura da pandemia de covid-19.

Nesse sentido, chegando ao nível semiolinguístico – ou as estratégias discursivas de legitimação da narrativa telejornalística –, identificamos o incremento das narrativas em primeira pessoa, como uma das reconfigurações mais significativas do período analisado. Ainda que o telejornal se ancorado em representações idealizadas da atividade (Charaudeau, 2013), as estratégias discursivas de legitimação do telejornal passaram a privilegiar não mais a autoridade pessoal ou institucional dos sujeitos (Charaudeau, 2014c; Van Leeuwen, 2007), mas a autoridade experiencial (Sacramento et al., 2020) de seus enunciadores, sejam eles fontes ou os próprios jornalistas, evidenciando novos tensionamentos no contrato informativo do telejornal.

A partir das estratégias discursivas de legitimação aqui analisadas, compreendemos que a complexidade do espaço de restrições de cada acontecimento faz o telejornal se adaptar, estabelecer novas relações, diferentes modos de falar, diversificar seus temas, expandir suas finalidades e, mais recentemente, buscar o engajamento tanto de seus enunciadores como de sua audiência. ■

REFERÊNCIAS

- Amazon fires increase by 84% in one year – space agency.* (2019, 21 de agosto). BBC. <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-49415973>
- Babo, M. A. (2017). Considerações sobre a máquina narrativa. In A. T. Peixinho, & B. Araújo (Eds.), *Narrativa e media: Gêneros, figuras e contextos* (pp. 71-101). Imprensa da Universidade de Coimbra. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1324-6-3>
- Barichello, E. M. R. (2017). Visibilidade e legitimidade na atual ecologia midiática. *Estudos em Comunicação*, 2(25), 99-108.
- Barichello, E. M. R., Dall Agnese, C. W., & Belochio, V. C. (2016). Estratégias de legitimação institucional do jornalismo na narrativa transmídia. *Conexão – Comunicação e Cultura*, 15(30), 111-131.

- Becker, B., Machado, H. L., Waltz, I., & Tassinari, J. (2018). A centralidade do telejornal no ambiente midiático convergente: Repensando como as interações entre produção e recepção atribuem sentidos aos Jogos Rio 2016. *Intercom*, 41(3), 1-16. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201834>
- Bell, E., & Owen, T. (2017) A imprensa nas plataformas: Como o Vale do Silício reestruturou as plataformas. *Revista de Jornalismo ESPM*, (20), 48-83. <https://arquivo.espm.edu.br/revista/jornalismo/2017-jul-dez/>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2014). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento* (36a ed.). Vozes.
- Bovet, A. (2012). O acontecimento tomado pela palavra: Um talk show sobre a morte de Osama Bin Laden. In V. R. V. França, & L. Oliveira (Orgs.), *Acontecimento: Reverberações* (pp. 83-97). Autêntica.
- Casetti, F., & Odin, R. (1990). De la paléo- à la néo-télévision. *Communications*, (51), 9-26.
- Cerqueira, L. (2018). *A função pedagógica do telejornalismo – e os saberes de Paulo Freire na prática jornalística*. Insular.
- Charaudeau, P. (2005). Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In M. A. L. Pauliukonis, & S. Gavazzi (Orgs.), *Da língua ao discurso: Reflexões para o ensino* (pp. 11-27). Lucerna.
- Charaudeau, P. (2013). *Discurso das mídias* (2a ed.). Contexto.
- Charaudeau, P. (2014a). Captação. In P. Charaudeau, & D. Maingueneau, *Dicionário de análise do discurso* (3a ed., pp. 93-94). Contexto.
- Charaudeau, P. (2014b). Credibilidade. In P. Charaudeau, & D. Maingueneau, *Dicionário de análise do discurso* (3a ed., pp. 143-144). Contexto.
- Charaudeau, P. (2014c). Legitimação. In P. Charaudeau, & D. Maingueneau, *Dicionário de análise do discurso* (3a ed., p. 295). Contexto.
- Charaudeau, P. (2014d). Situacional (nível -). In P. Charaudeau, & D. Maingueneau, *Dicionário de análise do discurso* (3a ed., pp. 452-453). Contexto.
- Charaudeau, P. (2019). *Linguagem e discurso: Modos de organização* (2a ed.). Contexto.
- Christofoletti, R. (2014). Preocupações éticas no jornalismo feito por não-jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, 25, 267-277. [https://doi.org/10.17231/comsoc.25\(2014\).1873](https://doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1873)
- Christofoletti, R. (2019). *A crise do jornalismo tem solução?* Estação das Letras e Cores.
- Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: A narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora - MG*. Mauad X.
- Dall Agnese, C. T. W., Barichello, E. M. R., & Belochio, V. C. (2016). Legitimação institucional do jornalismo a partir da autorreferencialidade na grande

- reportagem multimídia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 13(2), 34-44. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2016v13n2p34>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists Reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. <http://dx.doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Edelman. (2023, 26 de janeiro). *2023 Edelman trust barometer: Navigating a polarized world*. <https://tinyurl.com/3s73zn5e>
- Emerim, C. (2020). O conceito de telejornalismo contemporâneo à luz da tradição e da inovação. In C. Emerim, A. Pereira, & I. Coutinho (Orgs.), *Telejornalismo 70 anos: O sentido das e nas telas* (pp. 99-116). Insular.
- Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma <<analítica>> da midiaticização. *MATRIZES*, (2), 89-105. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105>
- Fausto Neto, A. (2018). Mediação, midiaticização: Conceitos entre trajetórias, biografias e geografias. In J. Ferreira, A. P. Rosa, A. Fausto Neto, J. L. Braga, & P. G. Gomes (Orgs.), *Entre o que se diz e o que se pensa: Onde está a midiaticização?* (pp. 63-99). Facos – UFSM.
- Fechine, Y. (2008). *Televisão e presença: Uma abordagem semiótica da transmissão direta*. Estação das Letras e Cores.
- Federação Nacional dos Jornalistas. (2023). *Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil: Relatório 2022*.
- Ferrari, J. N., & Christofolletti, R. (2022). Instrumentos e práticas de transparência jornalística: Um breve mapeamento. *Âmbitos*, (57), 157-170. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i57.09>
- Figueiredo, C. (2017). Mídia e representação: Manifestações em 2013 e laços políticos entre públicos e meios. *Esferas*, (11), 33-43. <https://doi.org/10.31501/esf.v1i11.8286>
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Paidós.
- Franciscato, C. (2014). O jornalismo e a reformulação da experiência do tempo nas sociedades ocidentais. *Brazilian Journalism Research*, 10(2), 96-123. <https://doi.org/10.25200/BJR.v10n2.2014.741>
- Girardi, I. M. T., Loose, E. B., & Steigleder, D. G. (2020). Novos rumos da cobertura ambiental brasileira: Um estudo a partir do Jornal Nacional. *TraHs*, (7), 47-62. <https://doi.org/10.25965/trahs.2054>
- Gomes, I. M. M. (2007). Questões de método na análise do telejornalismo: Premissas, conceitos, operadores de análise. *E-Compós*, 8, 1-31. <https://doi.org/10.30962/ec.126>
- Guerra, J. L. (2008). *O percurso interpretativo na produção da notícia: Verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística*. Editora UFS; Fundação Oviêdo Teixeira.

- Hjarvard, S. (2012). Midiatização: Teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *MATRIZES*, 5(2), 53-91. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2a ed.). Aleph.
- Jost, F. (2009). O que significa falar de “realidade” para a televisão? In I. M. M. Gomes, (Org.), *Televisão e realidade* (pp. 12-30). EDUFBA.
- Jost, F. (2010). *Compreender a televisão*. Sulina.
- Katz, E. (1993). Os acontecimentos midiáticos: O sentido de ocasião. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”* (pp. 52-60). Vega.
- Leal, B. S., & Carvalho, C. A. (2014). É que Narciso acha feio o que não é espelho: Autorreferencialidade e identidade do jornal. *Revista Famecos*, 21(1), 148-164. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.1.15045>
- Luhmann, N. (2011). *A realidade dos meios de comunicação* (2a ed.). Paulus.
- Machado, A. (2000). *A televisão levada a sério*. Senac.
- Martins, M. O. (2015). Novas estratégias ao telejornalismo como consequência da onipresença de câmeras: A narrativa em primeira pessoa. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 12(2), 251-263. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2015v12n2p251>
- Meditich, E. (2018). Prefácio. In L. Cerqueira, *A função pedagógica do telejornalismo – e os saberes de Paulo Freire na prática jornalística* (pp. 11-13). Insular.
- Moirand, S. (2000). Formas discursivas da difusão de saberes na mídia. *Rua*, 6(1), 9-24. <https://doi.org/10.20396/rua.v6i1.8640696>
- Moirand, S. (2014). Didaticidade. In P. Charaudeau, & D. Maingueneau, *Dicionário de análise do discurso* (3a ed., p. 165). Contexto.
- Monari, A. C. P., Araújo, K. M., Souza, M. R., & Sacramento, I. (2021). Legitimando um populismo anti-ciência: Análise dos argumentos de Bolsonaro sobre a vacinação contra Covid-19 no Twitter. *Liinc em Revista*, 17(1), 1-21. <https://doi.org/10.18617/liinc.v17i1.5707>
- Motta, L. G. (2017). Análise pragmática da narrativa: Teoria da narrativa como teoria da ação comunicativa. In D. A. Soster, & F. Q. Piccinin (Orgs.), *Narrativas midiáticas contemporâneas: Perspectivas epistemológicas* (pp. 47-63). Catarse.
- Organização Mundial da Saúde. (n.d.). *WHO COVID-19 dashboard*. <https://covid19.who.int/>
- Organização Pan-americana da Saúde. (2020). *Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19*. <https://tinyurl.com/mr3df2p9>
- Paternostro, V. I. (2006). *O texto na TV: Manual de telejornalismo*. Elsevier.
- Polydoro, F. S., & Costa, B. S. (2014). A apropriação da estética do amador no cinema e no telejornal. *Líbero*, 17(34), 89-98.
- #PrayForAmazonas: Queimadas viram assunto mais comentado no Twitter no mundo. (2019, 21 de agosto). Terra. <https://tinyurl.com/yk2mc6wu>

- Queiroz, C. C., & Coutinho, I. M. S. (2014). O lugar do jornalista na cobertura dos protestos de junho de 2013 sob o olhar do Observatório da Imprensa e do Profissão Repórter. *Parágrafo*, 2(2), 137-149.
- Quéré, L. (2005). Entre facto e sentido: A dualidade do acontecimento. *Trajectos*, (6), 59-75.
- Quierati, L. (2019, 7 de agosto). *Demissão de diretor do Inpe é oficializada no Diário Oficial da União*. UOL. <https://tinyurl.com/3v5pvw24>
- Recuero, R. (2020). #FraudenasUrnas: Estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 20(3), 383-406. <https://doi.org/10.1590/1984-6398202014635>
- Rezende, G. J. (2000). *Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial* (3a ed.). Summus.
- Robinson, S. (2017). Legitimation strategies in journalism. *Journalism Studies*, 18(8), 978-996. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1104259>
- Sacramento, I, Santos, A., & Abib, R. (2020). A saúde na era da testemunha: Experiência e evidência na defesa da hidroxicloroquina. *Comunicação, Cultura & Sociedade*, 7(1), 3-23. <https://doi.org/10.30681/rccs.v7i1.5087>
- Serra, P, Sá, S., & Souza Filho, W. (Orgs.). (2015). *A televisão ubíqua*. Livros LabCom.
- Siqueira, F. C. (2012). O telejornalismo em transformação: Os formatos da notícia na era digital. In F. Porcello, A. Vizeu, & I. Coutinho (Orgs.), *O Brasil (é)ditado* (pp. 169-189). Insular.
- Soster, D. A. (2009). *O jornalismo em novos territórios conceituais: Internet, midiaticização e a reconfiguração dos sentidos midiáticos* [Tese de doutorado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos]. Repositório digital da biblioteca da Unisinos. <https://tinyurl.com/3pdx8rt8>
- Tokarnia, M. (2020, 29 de outubro). Tragédia de Mariana faz 5 anos e população ainda aguarda reparações. *Agência Brasil*. <https://tinyurl.com/2cu7rad3>
- Van Leeuwen, T. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91-112. <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
- Violência contra jornalistas cresce 105,77% em 2020, com Jair Bolsonaro liderando ataques. (2021, 26 de janeiro). Fenaj. <https://tinyurl.com/mtdfdhns>
- Vizeu, A. (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. *Revista FAMECOS*, 16(40), 77-83. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2009.40.6321>
- Wolf, M. (2001). *Teorias da comunicação* (6a ed.). Presença.
- Zuba, F., & Milagres, L. (2023, 24 de janeiro). Brumadinho: Vale, Tüv Süd e 16 pessoas se tornam rés pelo desastre que deixou 270 mortos. *G1*. <https://tinyurl.com/yfrdkv47>

Sabotagem: O futebol de Torquato Neto em *Vida, Paixão e Banana Do Tropicalismo*

Sabotage: Torquato Neto's football in Vida, Paixão e Banana Do Tropicalismo

■ HELCIO HERBERT NETO^a

Universidade Federal Fluminense, Departamento de Estudos Culturais e Mídia. Niterói – RJ, Brasil

RESUMO

Torquato Neto é mais conhecido como poeta e letrista, embora suas atividades tenham se expandido para a cobertura esportiva, especificamente no *Jornal dos Sports*. Entretanto, a aproximação do autor com o futebol é pouco mencionada. O propósito deste artigo é explorar essa relação por meio do roteiro de *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*, projeto para um programa na TV Globo que nunca foi ao ar. A partir desse registro em texto, é possível examinar as estratégias audiovisuais engendradas pelo roteirista e diretor para essa peça de radiodifusão. Além disso, esse exame apresenta outro horizonte para as pesquisas a respeito do escritor.

Palavras-chave: Torquato Neto, *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*, cobertura esportiva, radiodifusão, futebol

ABSTRACT

Torquato Neto is known as poet and lyricist, despite his activity on sports coverage, specifically in *Jornal dos Sports*. However, the author's approach to football is rarely mentioned. This study aims to explore the connection between football and the script of *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*, a project for a program on TV Globo that was never aired. This study examined the audiovisual strategies engendered by the screenwriter and director for the broadcasting piece, showing another landscape for research about the writer.

Keywords: Torquato Neto, *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*, sports coverage, broadcast, football

^a Doutor em História Comparada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), é formado em Filosofia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e Jornalismo (UFRJ). Atualmente, desenvolve pesquisas sobre cultura popular no âmbito do pós-doutorado. Este estudo foi financiado pelo CNPq e pela Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj), Processo SEI -260003/005791/2022. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4168-0749>. E-mail: helcio.neto00@gmail.com

O Brasil é um continente maravilhoso, com o amarelo do ouro, o verde das florestas, o azul do céu, a força do mar, o paladar do feijão, a nutrição do arroz, a beleza das tradições. Rui Barbosa foi o Águia de Haia que respondeu em todas as línguas aos analfabetos da Europa. O nosso futebol é o melhor do mundo. Só perdemos a última copa por sabotagem
Torquato Neto, Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo

DESPERTA INTERESSE O fato de Torquato Neto, reconhecido colaborador do *Jornal dos Sports* nos anos 1960, não ter motivado aprofundados estudos a respeito de sua relação com o futebol. No entanto, quando seus textos vieram a público, a publicação esportiva experimentava uma guinada editorial sem precedentes. Compositor profícuo da canção popular, o autor se manifestou por meio de diferentes expressões artísticas que lhe eram contemporâneas, muitas das quais merecem mais atenção de pesquisadores. Justificam essa lacuna o caráter fragmentário de seu legado e sua morte precoce em 1972. Outro fator que explica a omissão é a natureza das colunas de sua autoria que, a despeito de constarem em edições impressas de um veículo especializado, não se debruçavam sobre resultados de jogos ou desempenhos de atletas.

Perante a sinuosa aproximação de Torquato Neto com o futebol, este artigo se atém ao roteiro de *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* com o objetivo de encarar como foi construída essa relação. O texto tinha como propósito organizar a produção de um programa sobre o movimento musical, a ser exibido na TV Globo, e veio à tona somente em volumes póstumos (Neto, 1982, 2004a): devido a dificuldades administrativas e políticas, os telespectadores não tiveram acesso ao espetáculo televisionado planejado pelo autor (Vaz, 2014). Não houve transmissão, mas a maneira como suas duas foram roteirizadas partes inspira uma pesquisa relativa aos pontos de contato do esporte com a radiodifusão e o audiovisual.

Anteriormente, no campo do audiovisual, já foram dedicados esforços a distintas nuances, a exemplo da correlação estabelecida entre estratégias para montagem de longas-metragens de ficção, monólogos de personagens e a intensidade vivenciada no universo esportivo (Herbert Neto, 2021a). A preocupação com o processo até a consolidação da radiodifusão brasileira, a função exercida pela cobertura esportiva e os atravessamentos políticos decorrentes das dinâmicas históricas em torno do rádio e da televisão motivaram trabalhos com motes diferentes (Herbert Neto, 2022b; 2024). Em nenhum dos casos algum roteiro esteve disponível para consulta. O artifício, indispensável para a elaboração

dos programas, dificilmente extrapola os limites da própria produção, o que não facilita o trabalho dos pesquisadores. A fonte histórica exige, então, outra abordagem.

Como nos outros estudos foi examinado o que chegou aos espectadores, um olhar sobre *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* deve se concentrar nos procedimentos contidos no roteiro. O foco se desloca para as motivações e ênfases explícitas no roteiro. Esses indícios servem como princípio para sua caracterização. José Carlos Capinam ajudou na redação, embora Torquato Neto, além de roteirista, seja também creditado como diretor. Eram planejados números musicais centrados nos artistas que compunham o movimento, registrado no nome da atração; a participação de convidados da música, do audiovisual e da literatura; e o proselitismo das teses tropicalistas¹.

A análise contribui para, de certa forma, redimensionar a Tropicália, apesar de esse exercício não constar entre as principais ações deste trabalho. Realça, sobremaneira, os contornos da poética torquatiana: compreender essas indicações é fundamental, uma vez que são abundantes os relatos memorialísticos acerca desse momento cultural e que os artistas que participaram de seus instantes decisivos se propuseram a descrevê-los (Gil & Zappa, 2013; Veloso, 1997). Jornalistas igualmente buscaram dar coerência aos atribulados acontecimentos da música, que tiveram implicações para as artes (Calado, 1997; Vaz, 2014). Na academia, uma quantidade considerável de pesquisadores se lançou na complexidade do autor – sejam os mediados pela sua linguagem, sejam aqueles atentos a reverberações sociais, políticas e culturais de sua obra.

Nesse sentido, podem ser divididos em abrangentes dois campos: de um lado, os de viés histórico, representados por Coelho (2002) e Branco (2015); e os que são de inclinação marcadamente literária de outro, como exemplificam Ribeiro (2010), Bosi (2014) e Damasceno (2019). Isso não provoca isolamento ou inviabiliza interseções – posicionamento aparentemente procurado por Pires (2004). As referências que escapam da bibliografia se detêm ao acompanhamento que empresas de comunicação do país conferem ao esporte por um motivo basilar, as imperfeitas de conexões com o esporte. O documento consultado para suprir esse vão foi concebido na expectativa, nunca concretizada, de colocar no ar simultaneamente uma introdução à Tropicália e a intensificação do movimento: na primeira página do roteiro, estão anotados os anos 1967 e 1968, justamente o momento em que essa plataforma artística foi lançada (Neto, 2004b, p. 65).

A previsão era que a transmissão ocorresse no intervalo entre o fim de um ano e o começo de outro. Conseguir enxergar com a visão da História e mirar, ao mesmo tempo, a poética de Torquato Neto é a tarefa da qual este artigo se imbui. O propósito é lidar com esses aspectos, na avaliação do trabalho do

¹ Tantas as estratégias filmicas quanto os discursos previstos pelo roteiro serão abordados na última seção do artigo.

autor, sob a concepção de cultura popular na perspectiva de Bakhtin (2010). É a partir do horizonte bakhtiniano que o roteiro será examinado, com foco na circulação no interior das tendências populares. Até porque parece não haver exceção no conjunto das diversas expressões às quais o autor recorreu: era nítida a proposta de estabelecer uma abordagem acessível para o povo². É nesse ponto que serão identificadas algumas das principais tensões ao redor do compositor, jornalista, cineasta e poeta piauiense. Antes de explorar esse particular trato com a linguagem, é necessário situar a inserção do autor na cobertura esportiva, por meio do *Jornal dos Sports*.

² O sentido da palavra *povo* nesse contexto é ambivalente, mas incontornável para a compreensão do engajamento de artistas nos anos 1960. Ridenti (2014) examina com rigor esse problema no contexto brasileiro.

‘OPACIDADE RELATIVA’: A COBERTURA ESPORTIVA NO FIM DA DÉCADA DE 1960

Os relatos não imprimem cores mais vivas ao futebol na biografia de Torquato Neto (Vaz, 2014): existem passagens conflitantes, que ora o distanciam da infância e da adolescência com a bola no pé (p. 56), ora descrevem o êxtase com a segunda conquista consecutiva da seleção brasileira na principal competição da modalidade, durante a Copa do Mundo do Chile de 1962 (p. 83). A controversa familiaridade não seria o alibi para a entrada de Torquato Neto no *Jornal dos Sports*, tradicional publicação carioca. Holanda (2010, 2012) ajuda a montar o mosaico da cobertura que o veículo levava a cabo na metade final da década de 1960, intervalo em que é registrada a entrada do letrista.

O escritor piauiense passou a colaborar com a publicação bem depois de o executivo e jornalista Mário Rodrigues Filho adquiri-la: anteriormente, o colunista havia trabalhado para *O Globo* e cultivado bom trânsito com Roberto Marinho (Holanda, 2012, p. 88). O relacionamento sólido tornou possível que o empresário financiasse a transação, antes sob a gestão do grupo de Argemiro Bulcão, para o comando do colunista e escritor. Herdeiro de outro homem de negócios da imprensa, Mário Rodrigues, e irmão do dramaturgo Nelson Rodrigues, Mário Filho desenvolveu intensa circulação em reuniões culturais (Machado, 2014, p. 89), nos mais influentes grupos políticos (Holanda, 2012, p. 91) e nas cúpulas diretivas dos clubes (Coutinho, 2019, p. 22). O jornal se demonstrava permeável aos intelectuais.

Além da desenvoltura para circuitos intelectuais, Mário Filho e seu jornal ajudaram consolidar novos protocolos, a partir dos anos 1930, com atletas “transformados em ídolos da cultura de massa emergente, e passíveis, portanto, de compor relatos nos moldes de uma ‘história da vida privada.’ A vida dos jogadores passava a interessar” (Holanda, 2012, p. 87). Mais importante: sua atuação não se restringia a descrições dos acontecimentos nos esportes, mas se

espraiava por setores do carnaval, da educação e voltados para as juventudes com a dupla função de noticiar e promover os eventos – conforme documentam trabalhos de diferentes inclinações (Alvito, 2013; Castro, 1992; Lira Neto, 2017).

Coelho (2002) situa que Torquato Neto assinou a coluna Música Popular de março a outubro de 1967 (p. 134). Logo, trata-se de um instante posterior a 1966, quando Mário Filho sofreu um infarto e morreu. Hollanda (2012) segmenta a trajetória do *Jornal dos Sports* em diferentes eras e identifica na ausência do reconhecido gestor uma ruptura definitiva. O controle da empresa foi transmitido à viúva Célia, que logo cometeu suicídio, em mais um dos dramáticos episódios familiares (Castro, 1992). Na metade final da mesma década, é possível identificar na publicação uma inflexão, paralela ao comportamento daqueles que acompanhavam os esportes, mais atenta às pautas dos jovens (Hollanda, 2010).

A exemplo de diversas esferas da cena pública, o futebol seria influenciado pelas transformações dos anos 1960. Para tratar da emergência das torcidas jovens nos anos 1960, Hollanda (2010, p. 196) sintoniza essa torsão com o comportamento perante o esporte: “A oposição às diretrizes clubísticas ganhava agora o âmbito público das ruas, sob a forma de semi-improvisadas passeatas, que se inspiravam nas agitações protagonizadas por estudantes no centro da cidade”. A vinculação aos anseios da juventude redirecionou o *Jornal dos Sports* e viabilizou a presença ostensiva de assuntos mais pungentes e, à primeira vista, distantes das práticas esportivas: artes plásticas, cinema e música popular ganharam espaço a ponto de culminarem na chegada às bancas do projeto editorial *O Sol*, inteiramente cultural (Hollanda, 2010, p. 169). Mais aberto a experimentações, o suplemento atingiu autonomia, com vendas avulsas.

O engajamento de Torquato Neto na rotina da empresa está circunscrito justamente no período em que a cobertura esportiva era menos refratária. Essa relativa opacidade se conecta a tradições esportivas, muito conectadas à política. Relatos memorialísticos dão conta de um precoce interesse do autor pela cultura popular, algo que acena para uma paisagem habitual na cobertura esportiva em veículos de comunicação no século XX: o horizonte das proposições de Gilberto Freyre (Vaz, 2014, p. 75). A grandiloquência, amparada pelo elogio da miscigenação, seria um elemento fundamental para a compreensão do futebol brasileiro e, principalmente, para a retórica no jornalismo impresso e na radiodifusão (Herbert Neto, 2023b).

Freyre foi reconhecidamente um leitor do filósofo alemão Friedrich Nietzsche, na medida que a estética elaborada em torno do futebol pátrio pelo escritor brasileiro foi sustentada por concepções da juventude do autor europeu (Herbert Neto, 2021b; Hollingdale, 2015). É surpreendente que as aproximações da obra torquatiana com a nietzscheana não tenham sido enfatizadas. A menção

³No jornal *Última Hora*, Torquato Neto assinou no começo dos anos 1970 a coluna Geleia Geral. Em uma das edições impressas, o autor expressou a proposta de destruir a linguagem e explodir com ela.

⁴O primeiro livro publicado pelo autor é marcadamente influenciado por Wagner e pelo germanismo romântico (Nietzsche, 2012).

⁵O volume único do almanaque (1974) foi editado por Torquato Neto e Wally Salomão, na época com o sobrenome Sailormoon, e publicado somente após a morte do piauiense.

⁶O roteiro tem uma série de desvios na grafia. O bairro pelo qual Gilberto Freyre ficou conhecido era Apipucos, no Recife.

de Pires (2004, p. 20) é uma exceção. São autores de legados fragmentários, que resultam em disputas por espólios, tanto Torquato quanto Nietzsche (Brito, 2019). A proposta de deflagrar a linguagem é uma constante em ambos: no caráter explosivo do autor de Teresina³ (Neto, 1982, p. 63) e na autoimagem de dinamite do escritor nascido em Weimar (Nietzsche, 1995, p. 109). A vivência da loucura em sanatórios dos dois, respectivamente, no Brasil (Vaz, 2014) e na Alemanha (Brito, 2019) autorizaria os paralelos.

O moralismo foi uma tônica na atuação política de facções às quais Freyre se filiou, com visão social dualista e propensão ao maniqueísmo (Herbert Neto, 2024, p. 142). Esses grupos exerceram forte influência na cobertura esportiva e seus desdobramentos políticos foram sensíveis. Para antagonizar, em mais uma semelhança com Nietzsche, o pensamento de Torquato Neto não comporta essa divisão estreita da realidade (Pires, 2004, p. 20). O roteiro elaborado para a televisão fratura perspectivas dicotômicas sobre música, artes plásticas e política. Zeloso e subversivo quanto às tradições, institui, dessa forma, uma tensão no texto. É encontrado em mais manifestações populares com inclinação romântica tensionamento semelhante (Herbert Neto, 2024).

A fase nietzscheana⁴ que motiva Freyre tem fortes inspirações do Romantismo (Herbert Neto, 2021b). A título de comparação, a proposta iconoclasta da edição única da *Navilouca*⁵ dos anos 1970, fruto da reunião de muitos dos principais artistas brasileiros, corresponderia à *Athenaeum* da virada para o século XIX na Alemanha, que publicou experimentações de consequências determinantes para a filosofia europeia (Lemos, 2022, p. 14). Os problemáticos vínculos de artistas, intelectuais e militantes de meados do século XX com a postura romântica foram explorados por Ridenti (2010, 2014), mas não é possível encarar todas essas remissões a estrangeiros sem cogitar os riscos de incorrer em eurocentrismo.

Com essa composição de referências, fica menos inusitada a presença de Freyre em *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*. O roteiro antecipa o interesse em visitar o autor no Recife para filmar uma breve entrevista, em externa, a partir da seguinte pergunta: “Professor Gilberto Freyre, sociólogo da Casa Grande e Senzala, ilustre pensador da Casa de Apicucos⁶, a sua ciência tropicalista está sendo deturpada por esses jovens compositores, teatrólogos e cineastas?” (Neto, 2004b, p. 70). Para ter noção de sua relevância no texto, basta observar o elenco iniciado, obviamente, pelos nomes de Caetano Veloso e Gilberto Gil: “Renato Borghi, Othon Bastos, Ety Fraser, Ítala Nandi, Emilinha Borba, Vicente Celestino, Linda Batista, Jorge Ben, Aracy de Almeida, Nara Leão, Nana Caymmi” (p. 65). As personalidades são os notadamente tropicalistas, somados a suas principais inspirações – “Gal Costa, Marlene, Maria Bethânia, José Celso, Glauber Rocha,

Flávio de Carvalho, Gilberto Freire⁷, Chacrinha, Nelson Motta, Luiz Jatobá, Grande Otelo, Os Mutantes, Luiz Gonzaga” (p. 65).

A lista original se distingue da relação seguinte, com os convidados. Constan nomes de famosos, a exemplo de Ibrahim Sued, Jacinto de Thormes, Carlinhos de Oliveira, Pedro das Flores e Nelson Rodrigues (Neto, 2004b, p. 65). Vale destacar a presença do irmão do histórico proprietário do *Jornal dos Sports*. São listados ainda instituições, coletivos, agremiações ligadas ao carnaval e figuras genéricas, como Academia Brasileira de Letras, misses com faixas, o bloco carnavalesco Banda de Ipanema acompanhado pelo cartunista Jaguar, a escola de samba vencedora do carnaval, colégios de aplicação, conservatórios, banda do Colégio Pedro II, torcidas uniformizadas, deputados e senadores, índios e protetores de índios, travestis⁸, fã-clubes de Marlene e Emilinha, as dez mais elegantes, menino das garrafas, turistas americanos, Corpos de Paz e circo.

Norma Bengell e Grande Otelo, outros artistas mencionados no roteiro, não aparecem em nenhuma das relações (Neto, 2004b, p. 65). O volume de participantes, entre protagonistas e convidados, não é um signo isolado da profusão do espetáculo. O roteiro sugere sequências de colagens, que mesclariam filmagens externas, a exemplo da entrevista com Freyre; apresentações musicais; narrações em *off* e discursos inflamados no cenário; cortejos e hasteamento de bandeiras com palavras de ordem ou lemas da ditadura em curso; e até explosões e a destruição do teatro em que *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* transcorreria. Está registrada a intenção de estabelecer um “clima de reportagem” (Neto, 2004b, p. 66). Apesar da latente pretensão de se assemelhar às atrações populares de auditório – a exemplo do programa do Chacrinha, citado com destaque no elenco –, é difícil associar o que foi roteirizado a algum gênero televisivo particularmente, mesmo que a partir de abordagens menos estáticas (Herbert Neto, 2020; Mittel, 2004). As particularidades anárquicas e o constante recurso à ironia são outros dificultadores.

A interface com o futebol se manifesta sutilmente na primeira página, que expõe elenco e convidados. A menção a torcidas uniformizadas pode estar relacionada diretamente ao contexto de mudança no comportamento daqueles que acompanhavam seus times em estádios no período. Surge, na segunda metade dos anos 1960, a distinção dos torcedores que se organizavam em novos agrupamentos, independentes, na comparação com aqueles que se concentravam em torno de pequenos conjuntos com instrumentos de sopro e percussão (Hollanda, 2010, p. 214). A eclosão das chamadas torcidas jovens pode ser encarada como mais um sinal da transição geracional pela qual o Brasil passava e que tinha na Tropicália um símbolo no cenário da música popular.

⁷ Em outras passagens, a nome do escritor também aparece dessa maneira, em nítido desvio do original.

⁸ Não há mais informações, portanto é impossível dizer se seriam mulheres ou homens trans.

O texto propõe que as torcidas organizadas apareçam já no primeiro *take* depois da exibição de uma filmagem no mapa do hemisfério sul (Neto, 2004b, p. 66). O impasse do limite entre tradição e modernidade percorre *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* até a última página. Culmina em citação entre aspas: “Cada geração deve, numa opacidade relativa, descobrir sua missão. E cumpri-la ou traí-la” (p. 85). É uma referência ao pensamento de Fanon (1961, p. 214) com a transcrição quase idêntica de uma passagem do autor, que retoma a fuga do pensamento da Europa ou dos Estados Unidos, mas carrega outro traço da discussão geracional: o psiquiatra martinicano havia morrido precocemente, poucos anos antes da redação do roteiro.

‘CUMPRI-LA OU TRAÍ-LA’: TORQUATO NETO E A LINGUAGEM

Napolitano (2005, 2010, 2014) sublinha os dilemas com os quais os jovens artistas brasileiros nesse breve intervalo conviveram e reitera a necessidade de destrinchar as implicações sociais, políticas e culturais decorrentes de suas ações por meio de registros que nem sempre são considerados legítimas fontes históricas. Ainda diante da questão geracional, Coelho (2002) pontua as armadilhas às quais os pesquisadores que se interessam por esse momento estão sujeitos, notadamente quando o estudo se destina a personagens ainda obscuros. O exemplo de Torquato Neto é simbólico. Com as consultas aos mesmos documentos, norteadas por motivações semelhantes, os resultados não costumam conferir a necessária ênfase às nuances desse recorte temporal, alerta Coelho. No fim, as generalizações se tornam constantes, na iminência de determinismos.

A lida do autor do Piauí com a linguagem é inteiramente conectada ao contexto repressivo, mas singular. Essa ambiguidade é constituinte do roteiro. Em contrapartida, a poética torquatiana manifesta esses traços por meio do futebol de diferentes formas. Seria possível mencionar os escritos, tornados públicos após sua morte, em que são enfileirados ídolos e mártires: depois de citar Ernesto Che Guevara, Jimi Hendrix e Décio Pignatari, surge Baker Futebol e Regatas, clube imaginário que homenageia Chet Baker com a formulação de uma entidade esportiva (Neto, 2004c, p. 300). É apenas uma dessas expressões, que reapareceriam com força na ideia do programa para a TV.

Em longa exposição, sob a responsabilidade da atriz Etty Fraser no roteiro, *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* sintetiza o ideal de país contido no movimento, ao defender elementos relacionados ao país: “O Brasil é um continente maravilhoso, com o amarelo do ouro, o verde das florestas, o azul do céu, a força do mar, o paladar do feijão, a nutrição do arroz, a beleza das tradições” (Neto, 2004b, p. 74). A caracterização da brasilidade e da própria nação não

devem ser recebidas de modo literal. O humor, bem próximo ao sarcasmo, plasma os fragmentos que se sucedem, o que torna sua concatenação no tempo igualmente complexa.

O escárnio passa longe de ser mero vício de linguagem ou maneirismo idiossincrático do autor: integra uma estratégia de contestação durante períodos repressivos, a exemplo do que acontece com frequência na cobertura esportiva (Herbert Neto, 2024). O *Jornal dos Sports*, para o qual Torquato Neto escreveu, exemplificou esse sutil modo de oposição à ditadura e reverberou tendências que remetem à oralidade dos veículos de radiodifusão. As características do falar sobre o futebol no Brasil remontam a tradições centenárias para afrontar ou subverter a seriedade e o caráter oficial em conjunturas de perseguição e opressão (Bakhtin, 2010). Por conta de sua conhecida proximidade com o Centro Popular de Cultura (CPC) da União Nacional dos Estudantes (UNE) e com a arte engajada (Vaz, 2014), essa dimensão conflitiva merece destaque.

O texto se constrói nas ambiguidades de binômios como nacional-estrangeiro e estética-política. “Rui Barbosa foi o Águia de Haia que respondeu em todas as línguas aos analfabetos da Europa. O nosso futebol é o melhor do mundo. Só perdemos a última copa por sabotagem. As nossas mulheres são as melhores mulheres e cozinheiras do universo” (Neto, 2004b, p. 74). Não obstante incorra no moralismo que tentava negar – ao relegar a população feminina do país apenas a papéis de procriação ou domésticos –, a passagem é a mais direta, por relacionar futebol, identidade nacional e sucesso internacional. Outras camadas residem na afirmação da superioridade brasileira na modalidade, a começar pela campanha da seleção que representava o Brasil no Mundial de 1966 – muito criticada pela falta de organização e pela busca da popularidade, por parte das autoridades do regime ditatorial em vigor, às custas do time (Herbert Neto, 2022a, p. 11). O elogio recebe revestimento irônico e mordaz contra o governo.

Em seguida, é o mote da sabotagem que merece ser demarcado. Como as entidades de administração esportiva no país foram coordenadas por políticas federais até o fim dos anos 1970, houve muitas suspeitas de boicote a opositores por meio do futebol (Herbert Neto, 2022a, p. 17). As denúncias de favorecimento de equipes com bom relacionamento com as cúpulas diretivas vieram à tona, apesar da atmosfera autoritária, por meio da cobertura esportiva, tanto por radiodifusão quanto pelo jornalismo impresso. O *Jornal dos Sports* foi determinante nessa missão, mas o roteiro e as denúncias, veiculadas em seções especializadas na modalidade, imprimem comicidade.

O ato de sabotar, contudo, assume feição distinta com Torquato Neto: é na linguagem que o gesto se consoma com mais veemência. Na bifurcação que define como alternativas para a geração trair ou cumprir sua própria missão, o autor

se coloca como sabotador e impõe uma terceira opção. Comentários para sua obra reconhecem a violência de suas construções, que vão desde os poemas até o terror no cinema (Ribeiro, 2010). A sabotagem perpetrada pela derrubada do trabalhismo do presidente João Goulart no golpe de 1964, cujos líderes haviam impedido a conquista do terceiro título mundial seguido da seleção brasileira, é retribuída por um sabotador da poética. A linha de atuação de Jango inclusive tem forte relação com a interseção entre futebol, política e comunicação na história da radiodifusão (Herbert Neto, 2023a). As imagens aparentemente aleatórias que se seguem, em textos sem conexão automática e sequências fundamentadas pela ausência de encadeamento mais ligeiro, representam isso.

A extensa fala atribuída a Etty Fraser prossegue: “Nossa música é a mais inspirada e o nosso cinema já ganhou Palma de Ouro. No plano das riquezas naturais, tivemos os maiores ciclos econômicos do mundo, com o ciclo do açúcar, o do cacau, o do café, o do ouro, o da borracha, e agora estamos tendo o ciclo do petróleo” (Neto, 2004b, p. 74). Assim como no caso do futebol, para a salvaguarda da brasilidade era incontornável o reconhecimento internacional: o que atesta os méritos da seleção nacional é o êxito na Copa do Mundo, enquanto o sinônimo de prosperidade do cinema do país é a conquista no Festival de Cannes, na França. A despeito de procurar defender as potencialidades do Brasil, o roteiro ainda se condiciona por parâmetros de certo modo europeus.

Depois de apresentar a amálgama econômica, cultural e social em forma de aforismo histórico, *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* ironiza o resultado dos séculos de história do Brasil – “Todos estes ciclos deixaram belíssimas ruínas arquitetônicas” (Neto, 2004b, p. 74). Os destroços que resultaram de sabotagens históricas, a exemplo do já mencionado golpe de 1964, são trazidos para o roteiro. Em última análise, até mesmo o programa foi sabotado. As filmagens se depararam com transferências de locações entre Rio de Janeiro e São Paulo até que, por fim, o espetáculo não foi realizado (Vaz, 2014, p. 199). Ao se aproximar do fim, *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* reúne em bricolagem futebol e política, explicitamente.

Quando elenco e convidados se amontoassem no cenário, para formar o coro, seriam projetadas imagens de jogos (Neto, 2004b, p. 79). Em uníssono, haveria gritos de gols. A referência ao esporte é exposta a partir de dois outros gritos, entoados em conjunto: “A copa que nos vem...”; e “A copa que nos vai...”. A imbricação com as disputas políticas se daria por recursos de edição, que colocariam a breve e marcante alusão ao universo futebolístico depois de discursos políticos – nas palavras do autor, “ufanistas, trabalhistas, otimistas, oportunistas” –, antes de um filme sobre o presidente da República Getúlio Vargas, que se suicidou em 1954 (Neto, 2004b). A aplicação ao contexto nacional

reverbera em contemporâneos, porém, de maneira nenhuma, deve fazer com que Torquato Neto e, por conseguinte, *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*, sejam examinados a reboque de sua geração.

A peculiaridade que o distingue, logo ao primeiro contato, de seus pares é sua natureza póstuma: apenas após a sua morte em 1972 é que foram publicados seus primeiros livros, a exemplo de *Os Últimos Dias de Paupéria*⁹ e *Torquatália*¹⁰ – nas duas coletâneas de textos não publicados, consta o roteiro para o programa televisivo, acompanhado por anotações e poemas. O dado biográfico seduz os pesquisadores a buscarem indicativos do futuro suicídio nos escritos (Neto, 2004a). Há, portanto, o perigo de ficar refém de determinismos. O estereótipo do autor romântico, com morte precoce, sentencia as leituras a vieses muito específicos¹¹. Em outras palavras: a morte serve erroneamente de métrica para aferir a poética torquatiana e sua biografia.

⁹ Organizado por Wally Salomão e Ana Maria S. de Araújo, o livro foi reeditado posteriormente (1982).

¹⁰ Foi publicado em dois volumes, organizados por Paulo Roberto Pires.

¹¹ *Torquato Neto: Todas as Horas do Fim*, documentário lançado em 2018, reúne registros importantes, mas recai nessa tentação da morbidez suicida.

‘EM SI PLANTANDO TUDO DÁ’: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo aponta para a direção oposta. A palavra que abre o título do roteiro é sintomaticamente o antônimo de morte. O nome conferido é condizente com a intensidade do projeto. Fortalecem a percepção de que a vivacidade é fundamento para o programa a ambição de convidar muitos dos principais nomes da cultura brasileira – diferentes ou mesmo antagonísticos entre si – e a ruptura com a linearidade temática e o encadeamento temporal no decorrer da atração televisiva. O futebol é inserido com a finalidade de colaborar com a movimentação que os telespectadores experimentariam durante a transmissão. Mesmo que tenha se consolidado ao longo do século XX como um elemento de identidade nacional (Helal, 1997; Wisnik, 2008), a modalidade é antes de tudo um jogo para o qual são necessários corpos em deslocamento. Estratégias fílmicas vão ao encontro dessa produção de sentido, com a sugestão de cortes bruscos, filmagens dinâmicas externas e no teatro.

A nova orientação, que descarta o suicídio como medida para toda sua obra, faz com que seus trabalhos em vida sejam igualmente reavaliados. As composições, em parceria com outros artistas da Tropicália ou não¹², e os textos publicados em veículos de comunicação impressos chegaram aos ouvidos e olhos do público com a deliberada autoria de Torquato Neto. Isso não aconteceu com muitos fragmentos que foram editados nos livros: o poeta teria até se encarregado de queimar boa parte dos próprios registros antes de morrer (Pires, 2004, p. 209; Vaz, 2014). A intensidade, prevista para o roteiro, atravessa sua participação nos contextos musical e jornalístico.

¹² A composição “Dente no Dente”, lançada após a morte do letrista em parceria com Jards Macalé, exemplifica essa ênfase na intensidade e no movimento. A canção é denominada também “Sim, Não” em outras ocasiões. A inclinação se opõe à morbidez das outras interpretações (Macalé, 2016).

Tanto as canções quanto as colunas em jornais têm como característica uma maior facilidade para circulação. Sem compreender a biografia do autor apenas como um projeto interrompido antes do momento correto, é permitido ponderar sua predileção por peças com essas nuances, em detrimento das tradições livrescas ou bacharelescas. Muito menos acessíveis, os livros não são condizentes com a latente pretensão de ser popular – com todas as ambivalências que o termo traz. A opção é justificável para que suas proposições se movimentassem no Brasil dos anos 1960, com taxa de quase 40% de jovens e adultos analfabetos (Haddad, 1995). E mais: um país de tradições orais ancestrais, com origens afro-ameríndias (Simas et al., 2020)¹³.

¹³Em tentativa de reler a filosofia em chave popular, Simas et al. (2020) apresentam proposta vinculada à oralidade que colabora com a análise – embora não se atenha ao caso de Torquato Neto.

Caso seja levado às últimas consequências, o programa para horizontes alternativos a partir da obra de Torquato Neto é capaz até de sabotar certa geografia canônica acerca da canção popular e, em especial, do movimento que motivou o roteiro para a TV Globo. Enquanto os relatos memorialísticos consagram São Paulo ou a zona sul e o centro cariocas como os epicentros da efervescência cultural que eclodiu na virada entre as décadas de 1960 e 1970 (Gil & Zappa, 2013; Veloso, 1997), a trajetória do autor de Teresina faz com que o destaque se mova em direção à Usina, região do bairro da Tijuca: foi ali que foram vividos muitos de seus últimos meses (Vaz, 2014, p. 359). A região é próxima ao Maracanã, tradicional estádio de futebol da zona norte do Rio de Janeiro.

Um *Jornal dos Sports* com fronteiras menos precisas, capaz de acompanhar igualmente música, teatro, cinema e, é claro, futebol, recebeu a coluna de Torquato Neto. A seção, nas edições impressas, era acompanhada pelo sugestivo título Música Popular. A empresa colocou em circulação o projeto gráfico voltado às juventudes com *O Sol*, reforçando essa opacidade relativa. A tentativa de conquistar públicos mais jovens, com abordagens diferentes, não é aqui um privilégio. Kucinski (1991) demonstra que, nessa década e na seguinte, propostas equivalentes surgiram em capitais distantes do sudeste do Brasil. Uma crítica desse veículo para a poética do artista é igualmente imprescindível.

A publicação especializada em esportes, que ganhou notabilidade sob a direção do executivo Mário Filho, é reconhecida por suas boas relações com autoridades do futebol e dos governos (Herbert Neto, 2023b). Isso dissuade qualquer tentativa de tornar o *Jornal dos Sports* um libelo libertário. As condições da quadra histórica, com a emergência de movimentos jovens na cena pública e o interesse comercial perante essa dinâmica, facilitam o entendimento da abertura a abordagens como a do autor da coluna Música Popular. Ainda sobre os veículos de comunicação nos quais o poeta trabalhou, é necessário

pontuar que, embora *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* não tenha ido ao ar, outras iniciativas do Tropicalismo chegaram aos telespectadores no fim dos anos 1960, a exemplo de *Divino Maravilho* da TV Tupi¹⁴ e *Direito de Nascer e Morrer do Tropicalismo* da TV Globo¹⁵.

A linguagem do autor não poderia ficar confinada a suportes definidos pela escrita. Por isso, sua prolífica produção no campo da canção popular. O plano de sabotagem previa a tomada simbólica da radiodifusão com *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo*, quando em imagens e sons os telespectadores poderiam assistir aos efeitos de sua verve, no bojo do movimento liderado pelos cantores e compositores baianos. Depois de notar as indicações, para texto e filme, seria leviano afirmar que o futebol aparece de maneira periférica no roteiro. Pelo contrário: oferece uma liga com a cultura popular e, mesmo com as ainda incipientes técnicas de captação e armazenamento em vídeo para a televisão, auxilia a transparecer o dinamismo que marca o natimorto programa e, mais ainda, a expressividade do autor piauiense. É sinal de vitalidade. ■

¹⁴Informações da Câmara dos Deputados (No dia 28 de outubro de 68, 2004).

¹⁵É possível que, depois de longas tratativas e transformações, *Vida, Paixão e Banana do Tropicalismo* tenha se convertido no programa da TV Globo (Evangelista, 2011).

REFERÊNCIAS

- Ades, E. (Diretor), & Fernando, M. (Diretor). (2018). *Torquato Neto: Todas as horas do fim* [Documentário]. <https://tinyurl.com/bj32pr4j>
- Alvito, M. (2013). *Histórias do Samba: De João da Baiana a Zeca Pagodinho*. Matrix.
- Bakhtin, M. (2010). *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais*. Hucitec.
- Bosi, V. (2014). Torquato Neto: “Começa na lua cheia e termina antes do fim”. *Literatura e Sociedade*, 19(19), 32-56. <https://doi.org/10.11606/issn.2237-1184.v0i19p32-56>
- Branco, E. A. C. (2015). Apenas uma espécie de caos no interior tenebroso da semântica: a problemática relação de Torquato Neto com os códigos comunicativos de seu tempo. *Revista de História Comparada*, 9(2), 148-160.
- Brito, F. L. (2019). Nietzsche coprófago. *Argumentos*, (21), 37-57.
- Calado, C. (1997). *Tropicália: A história de uma revolução musical*. Editora 34.
- Castro, R. (1992). *O anjo pornográfico: A vida de Nelson Rodrigues*. Companhia das Letras.
- Coelho, F. (2002). A formação de um tropicalista: Um breve estudo da coluna “Música Popular”, de Torquato Neto. *Estudos Históricos*, (30), 129-146.
- Coutinho, R. S. (2019). *Um Flamengo grande, um Brasil maior: o Clube de Regatas do Flamengo e a construção do imaginário político nacionalista popular (1933-1945)*. 7Letras.

- Damasceno, R. L. (2019). Ainda vivo, não morreu: Ensaio sobre Torquato Neto. *Criação & Crítica*, (23), 193-204. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-1124.v23i23p193-204>
- Evangelista, R. (2011, 29 de junho). *Uma forma antropofágica de relação com a cultura*. UOL. <https://tinyurl.com/3jnth5rf>
- Fanon, F. (1961). *Os condenados da terra*. Ulisséia.
- Gil, G., & Zappa, R. (2013). *Gilberto bem perto*. HarperCollins.
- Haddad, S. (1995, 8 de setembro). Analfabetismo no Brasil: O que há de novo? *Folha de S. Paulo*. <https://tinyurl.com/afx9tf34>
- Helal, R. (1997). *Passes e impasses: Futebol e cultura de massa no Brasil*. Vozes.
- Herbert Neto, H. (2020). Mittel, Foucault e Nietzsche – Cultura, história e genealogia: Uma discussão sobre o conceito de gênero. *Aproximação*, 15, 19-36.
- Herbert Neto, H. (2021a). “Choose life”: Futebol como subversão no cinema, entre Trainspotting e T2. *Boletim do Tempo Presente*, 10(3), 54-68.
- Herbert Neto, H. (2021b). Dansa dyonisiaca: Futebol brasileiro, Dionísio nietzscheano. *Cadernos Nietzsche*, 42(3), 69-88. <https://doi.org/10.1590/2316-82422021v4203hnh>
- Herbert Neto, H. (2022a). Deu bicho: Grande Resenha Facit, contravenção e a vitória do Bangu no Campeonato Carioca de 1966. *Recorde*, 15(2), 1-20.
- Herbert Neto, H. (2022b). Toque de bola e Constituição Cidadã: O debate sobre o Campeonato Brasileiro de 1988 no gênero das mesas redondas esportivas na televisão. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 11(1), 238-255. <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.111202211012>
- Herbert Neto, H. (2023a) Desgraça nacional: A invenção do trabalhismo e a experiência do locutor Gagliano Neto na Copa do Mundo de 1938. *Cadernos do Tempo Presente*, 14(1), 36-52. <https://doi.org/10.33662/ctp.v14i01.19400>
- Herbert Neto, H. (2023b). Mario Filho radialista: A Rádio Guanabara dos anos 1960 sob administração do executivo do Jornal dos Sports. *Esporte e Sociedade*, 16(37), 1-16.
- Herbert Neto, H. (2024). *Palavras em Jogo: Comentário esportivo no Brasil*. Dialética.
- Hollanda, B. B. B. (2010). *O clube como vontade e representação: O jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro*. 7Letras.
- Hollanda, B. B. B. (2012). O cor-de-rosa: Ascensão, hegemonia e queda do Jornal dos Sports entre 1930 e 1980. In B. B. B. Holanda, & V. A. Melo (Orgs.), *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil* (pp. 80-106). 7Letras.
- Hollingdale, R. J. (2015). *Nietzsche: Uma biografia*. Edipro.

- Kucinski, B. (1991). *Jornalistas e revolucionários: Nos tempos da imprensa alternativa*. Página Aberta.
- Lemos, F. (2022). Cânone, Contracânone (prefácio). In F. Lemos, *O contracânone romântico: Estudos sobre uma (certa) filosofia do Romantismo alemão* (pp. 11-23). EdUERJ.
- Lira Neto. (2017). *Uma história do samba: As origens*. Companhia das Letras.
- Macalé, J. (2016). Sim, Não (Dente no Dente) [Música]. Em *Raro & Inédito*, Vol. 1. Warner.
- Machado, F. M. (2014). *Bola na rede e o povo nas ruas! O Brasil na Copa de 1938*. Eduff.
- Mittel, J. (2004). *Genre and television: From cop shows to cartoons in American culture*. Routledge.
- Napolitano, M. (2005). A história depois do papel. In C. B. Pinsky (Org.), *Fontes históricas* (pp. 235-289). Contexto.
- Napolitano, M. (2010). A MPB na era da TV. In A. P. G. Ribeiro, I. Sacramento, & M. Roxo (Orgs.), *História da televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje* (pp. 85-105). Contexto.
- Napolitano, M. (2014). 1964: *História do regime militar brasileiro*. Contexto.
- Neto, T. (1982). *Os últimos dias de paupéria*. Max Limonad.
- Neto, T. (2004a). Cadernos. In P. R. Pires (Org.), *Torquatália: Do lado de dentro* (Vol. 1, pp. 291-316). Rocco.
- Neto, T. (2004b). Vida, paixão e banana do tropicalismo. In P. R. Pires (Org.), *Torquatália: Do lado de dentro* (Vol. 1, pp. 65-85). Rocco.
- Neto, T. (2004c). Fragmento. In P. R. Pires (Org.), *Torquatália: Do lado de dentro* (Vol. 1, pp. 11-30). Rocco.
- Neto, T., & Sailormoon, W. (Orgs.). (1974). *Navilouca: Almanaque dos aqualoucos (quase completa, meio incompleta)*. Edições Gernasa.
- Nietzsche, F. (1995). *Ecce Homo: Como alguém se torna o que é*. Companhia das Letras.
- Nietzsche, F. (2012). *O nascimento da tragédia*. Companhia de Bolso.
- No dia 28 de outubro de 68, estreia o programa Divino, Maravilhoso, na TV Tupi, um dos marcos do tropicalismo. *Música: Dia 36, dos Mutantes*. (2004, 28 de outubro). Câmara dos Deputados. <https://tinyurl.com/2hwsey62>
- Pires, P. R. (2004). À margem da margem da margem. In P. R. Pires (Org.), *Torquatália: Do lado de dentro* (Vol. 1, pp. 11-30). Rocco.
- Ribeiro, E. F. N. (2010). Vampiros e outras assombrações: Imagens do medo na poesia de Torquato Neto. *Fronteira Z*, (5), 1-11.
- Ridenti, M. (2010). *Brasilidade revolucionária*. Unesp.

- Ridenti, M. (2014). *Em busca do povo brasileiro: Artistas da revolução, do CPC à era da TV* (2a ed.). Unesp.
- Simas, L. A., Rufino, L., & Haddock-Lobo, R. (2020). *Arruaças: Uma filosofia popular brasileira*. Bazar do Tempo.
- Vaz, T. (2014). *A biografia de Torquato Neto*. Nossa Cultura.
- Veloso, C. (1997). *Verdade tropical*. Companhia das Letras.
- Wisnik, J. M. (2008). *Veneno remédio: O futebol e o Brasil*. Companhia das Letras.

Artigo recebido em 13 de fevereiro de 2023 e aprovado em 13 de junho de 2024.

As mulheres da ditadura representadas em *Cova 312*

The women of the dictatorship represented in Cova 312

LAÍSA BISOL^a

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões. Programa de Pós-graduação em Educação. Frederico Westphalen, RS, Brasil

RESUMO

Este estudo investiga como se dá a representatividade da mulher no jornalismo literário brasileiro, considerando, especialmente, o tema da violência. Para tanto, apresenta-se a leitura crítica dos livros-reportagem em destaque no Prêmio Jabuti. Após verificar o pequeno número de autoras mulheres, bem como a falta de representação da violência contra esse grupo, é desenvolvida uma análise da obra *Cova 312*, da jornalista Daniela Arbex. Apesar do foco estar na representação da ditadura militar brasileira e expor um protagonista homem, o livro-reportagem atribui destaque às mulheres que fizeram parte daquele contexto, evidenciando as mais diferentes possibilidades de luta e enfrentamento que a figura feminina vivenciou durante o período.

Palavras-chave: Jornalismo literário, violência, mulheres, *Cova 312*

^aDoutora em Letras – Estudos Literários (UFSM). Doutora em Comunicação e Informação (USC – Espanha). Mestra em Letras (URI). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo (UFSM). Docente no Programa de Pós-graduação em Educação da URI, linha de pesquisa: processos educativos, linguagens e tecnologias. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7153-1085>. E-mail: laisabisol1@gmail.com.

ABSTRACT

This research investigates the way in which Brazilian literary journalism represent women, especially considering the issue of violence. For this, a critical reading of the book-reports in the Jabuti Award is presented. After attesting to the small number of female authors and the lack of representation of violence of this group, an analysis of *Cova 312*, by journalist Daniela Arbex, is developed. Despite focusing on the representation of the Brazilian military dictatorship and exposing a male protagonist, the book-report emphasizes women who belonged to that context, showing the most different possibilities of struggle and confrontation the female figure experienced in that context.

Keywords: Literary journalism, violence, women, *Cova 312*

AS NARRATIVAS, DAS mais distintas naturezas, cumprem um papel importante na sociedade: textos jornalísticos, por exemplo, têm como missão principal informar, além de trazer à tona aspectos importantes acerca da humanidade, estimulando o debate e a crítica social. Textos literários, por outro lado, apesar de não terem a informação ou o compromisso com a verdade como basilares, muitas vezes se valem da ficção para, também, promover reflexões sobre assuntos pertinentes socialmente.

Quando unidos, naquilo que chamamos de jornalismo literário, os dois tipos de narrativa têm um grande poder: resgatar acontecimentos que, de fato, ocorreram, ou seja, não se trata de ficção, mas da utilização de aspectos da literariedade para, por meio da linguagem detalhada e ampla, proporcionar experiências interpretativas que contribuem para promoção da criticidade em torno de temas pertinentes, deixando um legado importante para a memória social e coletiva. Nessa perspectiva, Mateus (2022) frisa que uma sociedade desprovida de conhecimentos históricos atrelados à memória partilhada não é capaz de refletir acerca do presente e, tampouco, tirar lições importantes para o futuro.

Ao representar o mundo, essas narrativas que resguardam a memória perpassam pela ideia de alteridade, pois atribuem voz aos sujeitos, gerando um senso de empatia, já que, a partir dessas leituras, o “eu” passa a ter um sentido mais amplo que se insere no contexto social por meio da representação artística. Dessa maneira, o jornalismo literário pode ampliar a construção de significados diante dos indivíduos, posto que explora narrativamente os mais diversos perfis, incluindo, por exemplo, grupos socialmente vulnerabilizados, como negros, pobres, indígenas, mulheres, pessoas LGBTQIAP+ (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros, queer, intersexo, assexuais, pansexuais e outras variações), dentre outros. Quando representados, esses sujeitos não têm apenas sua existência e identidade valorizadas, mas também tornam-se conhecidos sob uma ótica que foge do estereótipo construído tradicionalmente. Ademais, quando uma narrativa representa fenômenos sociais, como a violência, ela problematiza, reinterpreta, narra e suscita a imersão no entendimento de realidades.

Com a compreensão de que a violência, especialmente a praticada contra grupos socialmente vulnerabilizados, é parte do contexto brasileiro, desenvolvi este artigo no intuito de verificar de que modo o jornalismo literário produzido no Brasil promove narrativas que contribuem para a crítica social. Para este estudo, analisei a representação da mulher nos livros-reportagem brasileiros em destaque na categoria “Reportagem” do Prêmio Jabuti, uma das maiores condecorações literárias da América, entre os anos 2000 e 2017.

Tendo isso em vista, a metodologia empregada para a realização desta pesquisa parte das premissas da Literatura Comparada que, segundo Tania Carvalhal (2003), visa confrontar a literatura com outros objetos de estudo, a fim de obter resultados mais amplos acerca do tema investigado, neste caso, a mescla entre literatura e jornalismo. A partir disso, realizei um mapeamento das obras premiadas no Jabuti na categoria “Reportagem”, no período de 2000 a 2017, e selecionei, dentre as três obras condecoradas em cada ano, aquelas que remetiam à violência contra grupos minoritários de maneira mais enfática. Visando compreender o fenômeno, analisei de forma particular a obra *Cova 312*, de Daniela Arbex, publicada em 2015 e premiada em 2016, e, dentre os perfis socialmente vulnerabilizados, optei por investigar o modo como a figura da mulher está representada.

A VIOLÊNCIA NOS LIVROS DE REPORTAGEM

Hannah Arendt (1985, p. 6) afirma que “ninguém que se dedique à meditação sobre a história e a política consegue se manter ignorante do enorme papel que a violência desempenhou sempre nas atividades humanas”. Muniz Sodré (1992) alega que a violência cresce no país em proporção direta com o aumento populacional nos centros urbanos e com a degradação das condições de vida da população, a qual enfrenta problemas como deficiência alimentar, de saúde, de educação, desemprego e outros.

Cenas de violência são diariamente transmitidas pela mídia e, muitas vezes, são recebidas de forma banalizada, tendo em vista aspectos históricos e sociais. É preciso questionar, com isso, quais são as obras capazes de estimular os interlocutores e as interlocutoras a terem uma nova percepção acerca desse universo que envolve a violência. Assim, compreendo que ao unir o jornalismo, com seu cunho informativo, e a literatura, com todo o seu aporte linguístico e humanizador, é possível proporcionar ao leitor e à leitora novas formas de visualização de determinados acontecimentos, ao passo que o autor ou a autora desse tipo de texto tem a possibilidade de escolher de que a maneira deverá abordar os fatos, suscitando, em maior ou menor medida, o senso crítico e perpassando valores a partir dos quais se torna possível fazer surgir uma nova perspectiva em torno das situações de crueldade.

Ao considerar o objetivo desta investigação de verificar de que modo acontece a representação da violência, em especial a violência contra as mulheres, em produções de cunho literário e jornalístico, a fim de perceber se os relatos promovem a reflexão social, realizei a leitura crítica dos livros-reportagem premiados no Jabuti, no período de 2000 a 2017. Fizeram parte desse

mapeamento as seguintes obras: *Estação Carandiru* (1999), de Dráuzio Varella; *A família Canuto e a luta camponesa na Amazônia* (1999), de Carlos Cartaxo; *Meu casaco de general: Quinhentos dias no front da segurança pública do Rio de Janeiro* (2000), de Luiz Eduardo Soares; *Eny e o grande bordel brasileiro* (2002), de Lucius de Mello; *Abusado* (2003), de Caco Barcellos; *Viúvas da terra* (2004), de Klester Cavalcanti; *Operação Araguaia: arquivos secretos da guerrilha* (2005), de Taís Morais e Eumano Silva; *O nome da morte* (2006), de Klester Cavalcanti; *O massacre* (2007), de Eric Nepomuceno; *O sequestro dos uruguaios: Uma reportagem dos tempos da ditadura* (2008), de Luiz Cláudio Cunha; *Conversas de cafetinas* (2009), de Sérgio Maggio; *Assalto ao poder: o crime organizado* (2010), de Carlos Amorim; *O espetáculo mais triste da Terra* (2011), de Mauro Ventura; *As duas guerras de Vlado Herzog: da perseguição nazista na Europa à morte sob tortura no Brasil* (2012), de Audálio Dantas; *Holocausto brasileiro* (2013), de Daniela Arbex; *A casa da vovó: Uma biografia do Doi-Codi (1969-1991), o centro de sequestro, tortura e morte da Ditadura Militar* (2014), de Marcelo Godoy; *Cova 312* (2015), de Daniela Arbex; *Nazistas entre nós: A trajetória dos oficiais de Hitler depois da guerra* (2016), de Marcos Guterman.

A observação referente à autoria dos livros-reportagem premiados desde 2000 permite reafirmar o que já ocorre em outros campos artísticos de uma maneira geral, isto é, se a maioria dos cineastas, músicos, escritores de ficção, pintores etc. são homens, isso ocorre também no âmbito do jornalismo literário. Dentre as 18 obras mapeadas, há apenas duas as mulheres escritoras, sendo que uma delas escreveu dois dos livros premiados, e a outra é uma autora que escreve em parceria com um autor homem. Não é possível saber se os homens estão mais engajados com o jornalismo literário do que as mulheres, mas considerando todo o contexto não somente artístico, mas social e cultural, o que incide é um espaço maior destinado ao sexo masculino na produção dessas obras ou, pelo menos, na premiação delas. Unido a esse fato, é sabido que demorou muito para que as mulheres assumissem posições de destaque no mundo jornalístico. Aliás, menos do que outrora, ainda hoje há uma segmentação editorial, ou seja, assuntos específicos que são apurados e desenvolvidos majoritariamente por homens.

No âmbito da literatura, a pesquisadora Regina Dalcastagnè realizou um estudo acerca da representatividade das personagens centrais dos romances brasileiros no período de 1990 a 2004, publicados pelas editoras Companhia das Letras, Record e Rocco. Conforme revela Dalcastagnè (2005), a possibilidade de criação de personagens femininas está ligada ao sexo de quem desenvolve a obra, uma vez que aqueles livros escritos por mulheres apresentam 52% das

personagens femininas, sendo 64,1% protagonistas e 76,6% narradoras. Por sua vez, quando os autores são homens, as personagens femininas ficam em 32,1%, sendo apenas 13,8% protagonistas e 16,2% narradoras. Ademais, a pesquisa também revela dados acerca dos autores dos romances, indicando que 72,7% dos escritores do país são homens.

Conforme a análise da autora,

a condição feminina evoluiu de muitas maneiras, mas a literatura – ou, ao menos, o romance – continua a ser uma atividade predominantemente masculina. Não é possível dizer se as mulheres escrevem menos ou se têm menos facilidade para publicar nas editoras mais prestigiosas (ou ambos). Há um indício que sugere que a proporção entre escritores homens e mulheres não é exclusividade das maiores editoras. (Dalcastagnè, 2005, p. 31)

A estudiosa (2005) concluiu, em seu mapeamento sobre a literatura brasileira, que das personagens desses romances, dentre as protagonistas, 62,1% são do sexo masculino enquanto 37,8% são mulheres, havendo um único caso da categoria “outro”. A disparidade de representações é ainda evidenciada com o resultado que mostra as personagens femininas ocupando menos a posição de protagonistas ou narradoras. Suas principais ocupações nos romances são, nesta ordem: donas de casa (25,1%), artistas (10,2%), sem ocupação (9,6%), empregadas domésticas (7,4%), dentre outras atividades como estudantes, professoras, profissionais do sexo, jornalistas ou escritoras. Assim, o perfil dominante da personagem do romance brasileiro contemporâneo é de um ser humano, homem, branco, heterossexual, de idade adulta e mais bem-sucedido do que personagens mulheres.

Essas constatações nos permitem inferir que, também em outras artes, é incomum esses grupos serem representados com voz ativa. Mulheres, crianças, pessoas negras e pessoas LGBTQIAP+, por exemplo, não têm a preferência no centro das narrativas. Nessa perspectiva, o pesquisador Lizandro Carlos Calegari (2013) realizou um estudo sobre a representatividade de mulheres, gays e negros, no cânone literário, e concluiu que “esses grupos, ao lado de outros, por terem sido colocados à margem da sociedade, da história e da literatura, denunciam sua condição de exclusão, mas principalmente de sofrimento” (Calegari, 2013, p. 30).

A partir do mapeamento e leitura crítica dos livros-reportagem premiados, concluí que as pessoas acometidas pela violência, representadas nas obras, são, em sua maioria, militantes políticos ou vítimas de um sistema autoritário. Seguidos desses, estão trabalhadores e trabalhadoras rurais, alguns também com ativismo político. Ademais, são acometidas pela violência e representadas

nos livros-reportagem da contemporaneidade pessoas em geral, dentre elas, indivíduos pertencentes às classes menos favorecidas, como prostitutas, crianças, adolescentes e homossexuais.

A partir disso, buscou-se compreender o perfil dos agredidos e agredidas; todavia, como a maioria das obras apresenta uma diversidade bastante vasta de personagens, essa identificação também ficou ampla. Considerando o sexo, 14 são as obras que apresentam vítimas tanto homens quanto mulheres; duas demonstram os atos cruéis efetuados apenas para com os homens; outras duas – as que se referem às profissionais do sexo – mostram a violência especificamente contra mulheres; e uma evidencia o sofrimento feminino a partir da perda de seus maridos assassinados.

Nesse sentido, observo que há uma falta de representatividade, dentre as obras de jornalismo literário premiadas no período analisado, no que concerne particularmente à violência contra a mulher. Quando essa representação específica acontece, é direcionada à mulher no contexto de prostituição ou considerando as dificuldades cotidianas a partir da perda de seus maridos. Essa problemática requer atenção, uma vez que, em 2020, o Ministério dos Direitos da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH)¹ registrou 105.821 denúncias de violência contra mulheres, embora seja evidente que esse número pode ser ainda maior, levando em conta as vítimas que não denunciam por motivos diversos. Além disso, somente no primeiro semestre de 2020, 648 mulheres foram assassinadas por causa do gênero. Casos dessa natureza poderiam se constituir em temas relevantes para a produção de obras de jornalismo literário na contemporaneidade, no entanto não estão representados nos livros-reportagem premiados no período estudado. Apesar disso, grande parte das obras, em algum momento, menciona as ações de crueldade voltadas às mulheres, sempre dentro do sentido mais amplo da narrativa.

Considerando ainda o que mencionei anteriormente sobre a falta de representatividade dos grupos vulnerabilizados no âmbito artístico, especialmente no que tange à orientação sexual, à cor e à condição social – pessoas que são acometidas pela violência cotidianamente –, é possível verificar que este tampouco é o foco das obras mencionadas. Mesmo que esses grupos estejam representados, não há, dentre os premiados, narrativas específicas voltadas a eles. Pelo mesmo motivo citado anteriormente, o resultado do mapeamento, no sentido da orientação sexual, cor e idade, é também bastante amplo. Embora pelo menos cinco das obras incluam a violência contra indivíduos LGBTQIAP+, não há menção exclusiva a respeito do tema, ainda que o Brasil seja um dos países que mais mata esses sujeitos, no mundo.

¹ Disponível em

<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2021/marco/canais-registram-mais-de-105-mil-denuncias-de-violencia-contra-mulher-em-2020>

Partindo desses resultados, analiso, com mais profundidade, uma das poucas obras de jornalismo literário premiadas, nesse período de 2000 a 2017, que é de autoria feminina, o livro *Cova 312*, de Daniela Arbex (2015), cujas percepções estão expostas no próximo subtítulo deste artigo.

AS MULHERES REPRESENTADAS EM *COVA 312*

Daniela Arbex é uma jornalista investigativa que se dedica à defesa dos direitos humanos. Com 49 anos, atuou por 23 como repórter especial do *Jornal Tribuna de Minas*, no Estado de Minas Gerais, no Brasil. Arbex é uma das jornalistas mais premiadas de sua geração, com mais de 20 condecorações em âmbito nacional e internacional.

Como parte de sua premiada trajetória, Daniela Arbex publicou, em 2015, *Cova 312*, livro-reportagem cuja apuração iniciou muito antes, em meados de 2002. Suas investigações, que renderam diversas manchetes na *Tribuna de Minas*, foram sendo expandidas conforme novos fatos iam aparecendo e, com a visita à família do falecido militante Milton, em 2013, a jornalista terminou de reunir todas as informações sobre o caso e concluiu sua obra reveladora. *Cova 312*, publicada pela Geração Editorial, foi a vencedora do Prêmio Jabuti, em 2016, na categoria livro-reportagem.

A obra, de 342 páginas, narra o modo como as forças armadas mataram o militante político Milton Soares de Castro, forjaram seu suicídio e desapareceram com seu corpo. Arbex faz a reconstrução da história e não apenas revela a trajetória enfrentada pelo jovem como também descobre onde está a cova em que o corpo dele foi enterrado: a até então anônima cova 312 que dá nome ao livro-reportagem. Além disso, ela apresenta outros episódios da época da ditadura militar brasileira, a partir das histórias de mais de 20 personagens que vivenciaram as lutas daquela época.

Cova 312 é composta por três partes, divididas em subcapítulos. Além da linguagem escrita, a obra traz imagens de diversos documentos que comprovam as informações apuradas, fotos de arquivo que permitem visualizar as personagens no tempo da ditadura e a representação imagética de lugares atuais como a Penitenciária de Linhares e a própria cova de Milton.

Cabe destacar que a ditadura civil-militar brasileira iniciou em 1964, depois do golpe de Estado capitaneado pelo Exército, e se estendeu até o ano de 1985. Antes disso, o país já estava acometido por uma instabilidade política, oriunda de uma democracia fragilizada e dos resquícios do período do Estado Novo (1937-1945), marcado por práticas violentas.

A obra de Arbex desmembra os detalhes desse período caracterizado pelo autoritarismo e pelas guerras diárias. Toda a narrativa é marcada pela forte presença da linguagem literária; o livro é, exatamente como informado na apresentação, escrito como se fosse um romance. Essas particularidades, em certas situações, oportunizam um tom de leveza, por abranger as trajetórias da própria autora na busca por informações e pela explanação de momentos de descontração entre as personagens da história. Porém, ao mesmo tempo, em outras tantas ocasiões, essa forma de narrativa, com características literárias, possibilita uma imersão na memória desse trágico período da história do Brasil de modo extremamente realista. Isso quer dizer que se trata de um livro que provoca verdadeiros incômodos, levando a sentimentos de empatia pela dor alheia e a reflexões bastante profundas.

Todos esses aspectos são detalhadamente discutidos no livro-reportagem e merecem um estudo específico, entretanto, considerando o recorte que realizei para este artigo, descrevo, a seguir, o modo como a imagem feminina foi representada a partir da obra de Arbex. Apesar da narrativa tratar de forma ampla do período ditatorial brasileiro e ter como personagem central um homem, o guerrilheiro Milton, a jornalista apresenta de forma muito contundente o papel das mulheres nesse contexto.

No decorrer da obra *Cova 312*, Daniela Arbex traz à tona a representação de muitas mulheres que vivenciavam o contexto da ditadura brasileira. Nem todas participaram ativamente de algum movimento de luta contra o regime, no entanto, existem diversas figuras femininas que cumpriram papéis extremamente importantes, para além da linha de frente da militância, considerando que muitas atuavam como suporte para manutenção das necessidades familiares, inclusive dos presidiários. À exceção de uma história, as mulheres em destaque na narrativa não são postas em um capítulo com exclusividade, suas trajetórias são contadas em consonância com os relatos a respeito das guerrilhas, das torturas e da prisão.

A partir dos resultados obtidos com a leitura dos livros-reportagem que fizeram parte do mapeamento, compreendo que o olhar de Arbex voltado às mulheres que vivenciaram o período ditatorial pode estar relacionado ao fato de ela mesma ser uma autora mulher. Esse aspecto vai ao encontro da informação de Dalcastagnè (2005), no momento em que revela que a representação de personagens femininas é muito mais significativa quando uma obra é escrita por uma mulher.

Efetuada essas reflexões, cito alguns excertos em que a jornalista atribui protagonismo às figuras femininas em sua obra. No começo do livro-reportagem, antes mesmo de aprofundar as questões voltadas para o período ditatorial, Daniela Arbex (2015) apresenta a família de Milton: a irmã Gessi e a mãe Universina.

Universina, benzedeira, é retratada na narrativa como uma mulher forte que zela profundamente pelo bem-estar de sua família. Teve 10 filhos do primeiro casamento com o brigadiano Marcílio, e mais cinco do segundo, no entanto, conforme relata Arbex (2015, p. 41): “ao contrário do primeiro marido, o policial militar levou para dentro de casa a violência e a sanha de abusar sexualmente das enteadas”. Esse pequeno trecho é munido de um significado vasto, porque é possível perceber mais uma forma de violência representada na obra, para além das crueldades da ditadura, dessa vez, voltada às mulheres de uma família que eram obrigadas a se submeter às ordens de alguém em quem, supostamente, poderiam confiar.

A jornalista conta que quando Universina conseguiu se desvencilhar daquele relacionamento, reuniu novamente os filhos, já que muitos haviam se espalhado em outras casas para se livrarem do padrasto. “Não se importava em comer o pão que o diabo amassou, desde que estivesse junto dos quinze que saíram dela” (Arbex, 2015, p. 41). Essas descrições a respeito da mãe mostram a força da mulher que, além de dar à luz diversos filhos, trabalhar vendendo pão e se dedicar à família, sofreu violência e posteriormente buscou todos para unir a família.

Ainda a respeito da trajetória das mulheres da família Soares de Castro, Arbex destina páginas de sua narrativa para falar sobre Gessi, a irmã dos guerrilheiros. Ela teria sido a última pessoa com quem Milton esteve antes de ir para Caparaó.

A mulher de olhos verdes que já havia sido *miss* também era bonita por dentro. Oferecia sempre uma palavra boa e, de quebra, era ótima quituteira, como a mãe. Também seguiu a sina da benzedeira. Infeliz no casamento, ela foi pai e mãe, criando sozinha dois filhos com a ajuda de uma máquina de costura. Para sustentar suas crias, trabalhava noite e dia ouvindo a agulha furar os tecidos para passar a linha nos vestidos que confeccionava. – Mano, pare com essas ideias de igualdade. A mãe já te disse: “tu vai ser esmagado como um verme”. Milton sempre contemporizava, e Gessi prosseguia: – Queria tanto que tu tiveses uma namorada, uma família. Se tivesses alguém, tu não botarias tudo para o brejo. O grande sempre pisa no pequeno, e contra a força não há resistência. (Arbex, 2015, p. 64)

A partir do excerto, noto que a narradora coloca em evidência uma saga que, ao representar a mãe e a irmã dos guerrilheiros, mostra também um perfil feminino que tem a sina de vivenciar um casamento infeliz e, posteriormente, lutar sozinha para o sustento dos filhos. Apesar de iniciar falando a respeito da beleza física de Gessi, o que segue em profundidade é a beleza “de dentro”. Assim, a força e o sofrimento caminham juntos, quase romantizados em uma

descrição que revela justamente o oposto dos adjetivos relacionados à fragilidade, historicamente atribuídos às mulheres.

No entanto, mesmo experienciando casamentos cujos desfechos eram dolorosos, os pensamentos tradicionais relativos à importância da constituição familiar ainda fazem parte do discurso das mulheres, conforme expôs Arbex no trecho apresentado anteriormente. Gessi, ao mencionar o pensamento da mãe, tenta convencer Milton a substituir a vida de militância pela busca por uma família. Isso pode se estabelecer justamente pelo senso de proteção dessas mulheres, acostumadas a lutar pelo provimento do básico para seus filhos.

Também importa, no fragmento em que a irmã tenta convencer Milton a mudar de ideia, o entendimento de Gessi a respeito das relações de dominação, quando enfatiza que a ordem natural é o grande se sobrepor ao pequeno, indicando as questões hierárquicas, com ênfase para a frase “contra a força não há resistência”, que basicamente resume os porquês de as lutas militantes no período de ditadura terem sido muitas vezes enfraquecidas pelo discurso político do militarismo e, posteriormente, apagadas.

Em *Cova 312*, há referência a uma noite em que, enquanto estava em meio às suas costuras, Gessi recebeu a visita do irmão, que lhe deu um abraço, sem contar para onde iria, mas entregou a ela um bilhete e uma foto pequena com informações que poderiam auxiliar caso precisasse manter algum contato. Gessi, na ocasião do recebimento, “apertou o papel contra o peito e pensou em dona Universina” (Arbex, 2015, p. 64). Essa referência ao pensamento da mãe demonstra quase uma solidariedade entre as mulheres da família que se compreendem mutuamente. Além disso, salienta novamente o sentimento materno, uma vez que a recordação imediata foi acerca da preocupação da mãe. Tempo depois, Gessi relatou nunca ter tido coragem de abrir o bilhete, lamentando por não ter sabido o que estava escrito.

Assim como a mãe de Milton, outras inúmeras mães sofreram as incertezas do período da ditadura. Arbex (2015, p. 75) descreve que, desde a prisão de Milton, dona Universina “reportava-se quase que diariamente aos militares do III Exército, na capital, em busca de informações do filho. Tinha ouvido falar que ele havia sido levado para uma cidadezinha do Brasil cujo nome não sabia pronunciar”. Além da violência física e psicológica sofrida pelo marido, a mãe, que representa tantas outras, acabou, ainda que indiretamente, sofrendo as violências da ditadura, por não ter acesso à mínima informação a respeito de um filho preso.

Outro momento da obra que representa essas relações entre mãe e filhos é o episódio em que a jornalista descreve um confronto, com possibilidade de morte, no qual um dos guerrilheiros, Nilo, pensou em sua mãe, Filomena: “naquele momento, se lembrou do rosto sofrido da mãe, uma professora primária que

viveu anos a fio num casamento sem amor” (Arbex, 2015, p. 148). Além de mais uma vez representar a ideia de casamentos infelizes aos quais as mulheres eram destinadas, a jornalista relata que a última vez que Nilo viu a mãe havia sido no Natal, em um simples momento de confraternização. “Sem recursos, não havia mesa farta, somente poucos docinhos feitos pela mãe para não deixar aquele 24 de dezembro de 1968 passar em branco. A lembrança de Dona Mena deu mais coragem ao rapaz” (Arbex, 2015, p. 148). Aqui, novamente, temos a demonstração das tradições que permeavam a vida das mulheres: mães amorosas com casamentos sofridos, fazendo tudo pensando em seus filhos.

A violência psicológica assolou inúmeras mulheres naquele período, muitas anônimas, que acabaram fazendo parte dos horrores da ditadura, mesmo sem envolvimento direto. Arbex (2015) conta a história de Érica Meyer, que morava no Rio de Janeiro e recebeu em sua casa o sobrinho Marco Antônio, que estava sendo procurado pela força militar. A tia tinha 60 anos e foi capturada no lugar do sobrinho, presa por 35 dias acusada de ser cúmplice do militante, assim como foi considerada suspeita de espionagem. Arbex (2015, p. 131) conta que Érica não compreendia como os “representantes da ordem pudessem subverter os princípios básicos do direito individual para ameaçar pessoas, ainda mais alguém que não havia participado de nenhuma ação contra o governo”. A jornalista acrescenta que a mulher jamais superou a humilhação que sofreu no DOPS, “quando foi obrigada a ficar nua na presença de vários estranhos. Sentiu-se maculada. Tinha sido moralmente violada” (Arbex, 2015, p. 131).

Com esse relato, é possível observar a história de mais uma mulher que, embora não tenha escolhido combater diretamente as ideias ditatoriais, questionava a postura política da época, uma vez que percebia como inconcebível a ideia do governo produzir atos de humilhação e crueldade contra seres humanos. As injustiças daquele período também ganham espaço nesse trecho do livro, posto que se representa um aumento de acusações com relação a uma pessoa que tinha pouco ou quase nenhum envolvimento com as ações dos militantes. Embora não fique claro se Érica sofreu algum outro tipo de tortura física, é notável a violência psicológica sofrida pela senhora, em uma relação hierárquica de dominação que é simbólica, coercitiva e política ao mesmo tempo.

Quanto a Marco Antônio, posteriormente, foi capturado e sofreu várias formas de tortura por parte dos militares para que denunciasse os nomes dos demais militantes. “Em setembro de 1969, teve os braços e as pernas amarrados em uma barra de ferro por simples vingança” (Arbex, 2015, p. 131). Sua mãe também foi representada em *Cova 312*, quando a jornalista conta que, inconformada ao ver o estado físico do filho, Maria Luiza de Azevedo Meyer “procurou

a esposa do comandante que presidia o inquérito para pedir clemência”. A partir desse apelo e “penalizada diante da viúva que criou praticamente sozinha os dez filhos, a mulher do oficial tentou interceder junto ao marido, mas o efeito foi contrário. O estudante foi duramente perseguido” (Arbex, 2015, p. 131). Além da infeliz retaliação com o militante, percebo nesse fragmento a ideia de empatia entre as mulheres, quase como se as iguais pudessem compreender a dor da outra de uma forma mais sensibilizada. Novamente, mais uma mãe, com diversos filhos, clamando pela vida de um dos seus.

As mães, tias e irmãs preocupadas e com um passado sofrido foram, na maioria das vezes, ocultadas pela história e esquecidas do imaginário coletivo, contudo, tiveram um papel importante naquele período, justamente por manter o máximo de dignidade possível para suas famílias e, ainda que sem o combate direto, atuarem como bases de resistência contra os horrores da ditadura. Ana Maria Colling (2015, p. 380) afirma que, no Brasil, existem “inúmeros exemplos da coragem e determinação das mães na libertação de seus filhos e filhas prisioneiros. Na defesa da vida de sua prole, as mães tornaram-se militantes aguerridas que desconhecem limites”. A autora ainda ressalta que, por isso, elas eram inclusive temidas pelas forças repressivas.

Arbex (2015) corrobora essa ideia ao salientar que as mães dos presos políticos tiveram papel fundamental no impedimento do assassinato de muitos, pois tinham importante função de combater as torturas e as violações cometidas, buscando formas de sensibilizar as forças da ordem. “Embora não fizesse parte do movimento político contra o regime, se viu obrigada a lutar. Precisava resistir a seu modo”, cita Arbex (2015, p. 164) ao se referir a Ângela, uma figura importante na mobilização das famílias que tiveram pessoas desaparecidas.

Além das mães, também estão representadas na narrativa de Arbex aquelas mulheres que, inconformadas com a situação do país, atuavam nas missões contra o governo. Essas eram ainda mais odiadas por aqueles que detinham o poder. Colling (2015) evidencia que, para a ditadura militar brasileira, as mulheres militantes não eram somente opositoras ao regime, mas também figuras subversivas diante dos valores estabelecidos, já que não cabia à mulher o papel de pensar e participar da política. Sendo assim, a mulher que assumia uma militância política nos partidos de oposição à ditadura “cometia dois pecados aos olhos da repressão: de se insurgir contra a política golpista, fazendo-lhe oposição e de desconsiderar o lugar destinado à mulher, rompendo os padrões sociais estabelecidos para os dois sexos” (Colling, 2015, p. 378).

Algumas dessas figuras femininas que dispensavam a possibilidade de se calar para se incluírem no padrão foram representadas na obra de Arbex. A

autora relata, por exemplo, uma ação na qual os militantes, em uma forma de protesto, orquestraram um assalto a banco:

Testemunhas disseram que um integrante do assalto se destacou dos demais. As descrições feitas para a polícia eram sobre a única mulher do grupo. Segundo as vítimas do banco Mercantil, ela usava peruca loira, um vestido verde fino que se agitava ao ser tocado pelo vento, além de botas. Tratava-se da estudante Maria José Carvalho Nahas, da Escola de Medicina da UFMG. Apesar de ter cabelos pretos lisos e nunca ter usado disfarces nas ações, apenas uma discreta saia com estampa *pied de poule*, a guerrilheira aguçou o imaginário popular. Décadas mais tarde, Maria José ficou conhecida como a Loira da Metralhadora. (Arbex, 2015, pp. 144-145)

Os aspectos citados pela historiadora no sentido de fuga aos padrões ficam claros nesse fragmento, pois demonstra uma situação fora do que seria comum para uma mulher que, além de ser estudante de medicina, em uma época em que os estudos e as profissões de mais prestígio eram destinados aos homens, tornou-se militante, participando de um assalto a banco, em uma ação muito mais política do que com objetivo econômico.

Outra referência a Maria José, também conhecida como Zezé, é exposta no mesmo confronto em que Nilo se lembrava da mãe Filomena. Nesse trecho, é descrito que a militante, sob a mira dos policiais, recordava do poema “Morte do Leiteiro”, de Carlos Drummond de Andrade, que trata das desigualdades da sociedade brasileira. Arbex (2015, p. 149) descreve alguns versos da obra do poeta e analisa a situação: “recorria à poesia de Drummond para tentar manter a sanidade”. A jornalista se esforça para demonstrar que a sensibilidade, a partir da arte, fazia parte da vida dos guerrilheiros e guerrilheiras, indicando que, mesmo em um momento conflituoso, as referências literárias poderiam ser aliadas a um determinado nível de alívio. Isso também ocorre em outros momentos da obra, quando a narração enfatiza poesias, músicas e outras expressões que acompanhavam os e as militantes, e que eram muitas vezes fortemente reprimidas na ditadura, assim como os livros que os presos políticos escondiam para poderem ler e ter contato com expressões artísticas.

Apesar da poeticidade, as dores da ditadura chegavam para todos, e provavelmente de forma ainda mais humilhante para as mulheres. Maria Amélia de Almeida Teles (2014, p. 14) salienta que mulheres foram torturadas, assim como homens, mas eram alvo sistemático de violência sexual. “A prática de estupros e abortamentos forçados foi corriqueira, nas sessões de tortura, quando se tratou de repressão política violenta contra as militantes de esquerda”. A pesquisadora explica que tanto homens quanto mulheres eram

obrigados a se despir na frente de torturadores; caso não o fizessem, tinham suas roupas arrancadas e rasgadas. “Em muitos casos, foram colocados fios elétricos na vagina e no ânus. Houve mulheres estupradas. Outras sofreram abortamento forçado devido a chutes na barriga . . .”.

Para além das agressões físicas, havia a humilhação feminina por simples questões de gênero. Conforme explica a historiadora Colling (2015, p. 380), “os militares ao tratarem a mulher política, de imediato, tentam a sua desqualificação como sujeito autônomo. Sua caracterização dá-se como apêndice dos homens, incapaz de decisão política”, e acrescenta que, “para a repressão, a mulher não tem capacidade de decidir pela sua entrada no mundo político; quando ela ali aparece é porque foi colocada por um homem” e, por isso, sua filiação a partidos de esquerda não teria importância política, já que era necessário identificar a figura de um marido ou pai, por exemplo. Essas questões mostram que, além de sofrerem ações de crueldade por militarem contra um regime do qual discordavam, as figuras femininas também precisavam lidar com o rebaixamento devido ao seu gênero.

As torturas cometidas contra as mulheres estão representadas no livro-reportagem. Maria José foi vítima de uma delas, e sua amiga e companheira de luta, Carmela, explanou o que viu. Daniela Arbex descreveu o relato:

Se passaram vários dias sem que um sinal mais preciso pudesse me orientar. Quem lá estaria? Soube depois pela carcereira que a companheira Maria José Nahas tinha sido empurrada para aquele inferno. Surda era chamado aquele cubículo onde os ruídos eram apenas de ratos e baratas, envolvido por teias e aranha que levemente teciam suas vidas. O espaço da surda era de um metro a 1,80m, onde a prisioneira para sobreviver, teria que estar sempre em posição horizontal, numa cama de cimento tendo no fundo uma fossa. (Arbex, 2015, p. 186)

Ao perceber a aparente fragilidade de Zezé, um guarda novo de Linhares comentou com um veterano: “– Tenho uma pena dessas meninas presas aqui. Elas devem estar assustadas. – Assustadas? Essas mulheres têm mais coragem que os homens – respondeu Veiga . . .” (Arbex, 2015, p. 192). Ao fazer uma relação entre o percurso percorrido por Maria José, até então participando de ações contra o governo, fuga e a situação na chamada “surda”, e o comentário feito pelo guarda, é notável a busca por manter o estereótipo da mulher frágil, assustada e fraca, argumento rebatido pelo outro guarda, porém não sem deixar de compará-las aos homens, evidenciando como algo que seria fora do comum. Esse estereótipo fica claro também em outro momento da narrativa, quando Zezé se encontra com um preso comum que era conhecido de sua família:

Já falei com esse pessoal aqui que você é de uma família distinta e não está envolvida nessa bagunça política. Apenas foi usada por esses baderneiros, já que meninas como você não se metem nessas coisas. A jovem sorriu pensando em quanto aquele homem estava enganado sobre ela. De nada adiantaria contra-argumentar. (Arbex, 2015, p. 192)

Ele era um matador de aluguel e, quando foi solto, visitou a mãe de Zezé, orgulhando-se de ter dado bons conselhos à “menina”. Apesar das impressões a respeito da fragilidade ou até mesmo da incapacidade feminina diante de questões políticas e sociais, Carmela e Maria José chegaram a ser conhecidas como duas das guerrilheiras mais perigosas do período. Arbex (2015, p. 190) também retrata momentos da trajetória particular de Maria José que, “avessa a convenções, a noiva de vinte e três anos se casou de vestido de *laisé* na cor lilás”, quebrando, mais uma vez, os padrões esperados.

Há, no livro de Arbex, um subcapítulo intitulado “A mulher que enfrentou o regime”, que trata da história de Ângela Pezzuti, que teve dois sobrinhos e a irmã presos pelo regime militar.

Quarta-feira, 6 horas da manhã, centro de Belo Horizonte. O despertador tocou naquele 19 de novembro de 1969, acordando Ângela Pezzuti, trinta e seis anos, para mais um dia de via-crúcis: visitar, a quase 300 quilômetros dali, os filhos que não gestou. Mesmo sem carregá-los no ventre, sentia-se mãe de Ângelo e Murilo. Ângela dedicou parte de sua vida aos cuidados com os filhos de Carmela, sua irmã, que também havia aderido à resistência contra a ditadura. Desde que os rapazes foram presos pela primeira vez, em janeiro daquele ano, ela passou a zelar incansavelmente pela sobrevivência dos sobrinhos e da própria irmã nas diversas vezes em que ela esteve presa. Não fosse sua luta na localização e na vigilância dos parentes no cárcere, eles certamente teriam sucumbido a toda a violência a que foram expostos. (Arbex, 2015, p. 163)

Com esse excerto, fica claro o protagonismo inerente a cada uma das mulheres, uma que atuou na luta contra o regime e aquela que também aderiu à luta fazendo o papel de resguardar a família e manter as bases necessárias para a sobrevivência de todos. Esse aspecto fica ainda mais sobressaliente quando a jornalista relata que Ângela e Carmela se encontraram em uma visita aos presos políticos em Linhares, e a irmã contou que fugiria do país para evitar a sua quarta prisão: “– Mas Carmela, você vai deixar seus filhos presos em Linhares? – Ângela, cada um tem uma missão na vida. Sou uma revolucionária. Deixo meus filhos com você. A sua missão é com os meus

filhos” (Arbex, 2015, p. 165). Nesse diálogo, o qual também evidenciou que se trataria da última vez que Carmela iria ver os filhos, é notável a ideia de missão de cada uma das mulheres, que igualmente contribuíram para as lutas da época. Ainda sobre Carmela, Arbex (2015) retoma brevemente um acontecimento em que ela teria participado de uma reunião com a então militante Dilma Rousseff, que mais tarde foi eleita como a primeira, e, até então única, presidenta, mulher, do Brasil.

Ângela, por mais de uma vez, ficou sem saber sobre o paradeiro de sua irmã e de seus sobrinhos, Ângelo e Murilo. Nessas ocasiões, ela foi protagonista em buscar as autoridades e tentar localizar sua família, mobilizando outras pessoas a fazerem o mesmo. A autora relata que, em dada ocasião que todos sumiram de novo, Ângela partia todas as sextas de Belo Horizonte ao Rio de Janeiro em busca de notícias. Ela chegou a ir pessoalmente à casa do coronel Ari Pereira de Carvalho, que havia lhe dado autorização para visitar os sobrinhos na Vila Militar, onde haviam afirmado que eles estavam reclusos: “– O que você está fazendo aqui? – perguntou, constrangido pelo fato de estar sem camisa e sem o uniforme que o tornava mais poderoso que os outros mortais” (Arbex, 2015, p. 176). Essa passagem denota fortemente a necessidade das autoridades da época em manter a sua posição de poder.

Ao retornar para a história de Carmela, Daniela Arbex expõe que, um mês após sua fuga, a militante foi capturada no Rio de Janeiro e, com isso, submetida a inúmeras sessões de espancamento na unidade policial do Exército. Chegando em Linhares, “a exuberância de sua personalidade e o permanente brilho nos olhos haviam desaparecido. Era uma morta-viva. Estava suja, alquebrada, aparentando bem mais do que os seus quarenta e quatro anos” (Arbex, 2015, p. 13). A jornalista conta que, para homenagear Carmela, os presos políticos começaram a cantar e a galeria feminina respondeu, se unindo à canção, que era justamente a forma de comunicação entre homens e mulheres no presídio. Ao analisar esse episódio exposto pela autora, torna-se importante inferir que a diferenciação de gênero, no sentido de rebaixar as mulheres como se estivessem em condições inferiores, era muito menor entre os militantes, homens e mulheres, que possuíam ideais semelhantes.

Em um dos momentos do livro-reportagem, Arbex (2015) conta que as prisioneiras mulheres foram transferidas da “Galeria das meninas”, em Linhares, sem nenhum aviso aos que ficaram, e muitos dos presos permaneceram por um longo tempo sem saber onde estavam as pessoas que eram suas companheiras de luta, esposas, noivas e amigas, causando também a separação do grupo. A jornalista narra que havia um jardim muito cuidado pelas mulheres, elas presenteavam os presos com flores em algumas visitas, e então os presidiários

tentaram conservá-lo com muito cuidado para preservar a ideia de manter as mulheres por perto de alguma maneira. Os soldados, no entanto, destruíram diversas vezes o jardim, e os presos sempre plantavam novamente até que, por fim, o exército resolveu colocar cimento no pátio, terminando de vez com o jardim. Apesar disso, as plantas resistiam e brotavam em espaços improváveis, no entremeio do concreto danificado, por exemplo. Dali surgiu uma touceira de sempre-vivas que, mais tarde, também foi arrancada e jogada ao solo para que os presidiários pudessem testemunhar sua morte.

Ninguém desistiu de replantar as sementes. Para cada touceira derrubada, surgia outra no presídio político. O renascer das sempre-vivas alimentava a esperança em um período de desertificação humana. Em nenhum outro momento, o país conheceu tanta dor. (Arbex, 2015, p. 237)

Essa dor é representada de maneira bastante enfática em *Cova 312*, que parece conseguir captar o sofrimento dos envolvidos até onde o entendimento de alguém que não vivenciou situações semelhantes pode alcançar. Assim, nessa obra, Daniela Arbex transforma o que era número em histórias particulares, reais, de pessoas que tinham suas vidas e, em muitos casos, as deixaram de lado por um ideal maior, já que, naquele contexto, “a perda da própria liberdade era o preço a pagar por manter livres as ideias” (Arbex, 2015, p. 111).

Desse modo, ao representar essas identidades e trazer à tona as histórias das mulheres que vivenciaram o período da ditadura brasileira, o livro-reportagem atribui voz às figuras femininas, que muitas vezes são ocultadas de diferentes narrativas, incluindo a histórica, reforçando, com isso, a possibilidade de humanização por meio das obras caracterizadas pelo jornalismo literário. ■

REFERÊNCIAS

- Arbex, D. (2015). *Cova 312*. Geração Editorial.
- Arendt, H. (1985). *Da violência* (M. Drummond Trindade, Trad.). Editora Universidade de Brasília. (Publicado originalmente em 1970)
- Calegari, L. C. (2013). O cânone literário e as expressões de minorias: implicações e significações históricas. In D. W. Foster, L. C. Calegari & R. A. F. Martins (Orgs.), *Excluídos e marginalizados na literatura: Uma estética dos oprimidos* (pp. 11-36). Editora UFSM.
- Carvalho, T. F. (2003). *O próprio e o alheio: Ensaio de literatura comparada*. Editora Unisinos.

- Colling, A. M. (2015). 50 anos da ditadura no Brasil: Questões feministas e de gênero. *OP SIS*, 15(2), 370-383. <https://doi.org/10.5216/o.v15i2.33836>
- Dalcastagnè, R. (2011). A personagem do romance brasileiro contemporâneo: 1990-2004. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, (26), 13-71. Recuperado de <https://periodicos.unb.br/index.php/estudos/article/view/9077>
- Mateus, S. (2022). Mediatização da Memória. *MATRIZes*, 16(2), 137-149. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i2p137-149>
- Sodré, M. (1992). *O social irradiado: Violência urbana, neogrotesco e mídia*. Cortez.
- Teles, M. A. A. (2014) O protagonismo de mulheres na luta contra a ditadura militar. *RIDH*, 2(2), 9-18. <https://www3.faac.unesp.br/ridh/index.php/ridh/article/viewFile/173/97>

Artigo recebido em 23 de março de 2023 e aprovado em 27 de maio de 2024.

RESENHAS

R



A crise das narrativas é também a crise do sujeito em comunidade

The crisis of narratives is also the crisis of the subject in community

DAVID COSTA^a

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

Han, Byung-Chul. (2023).

A crise da narração.

Editora Vozes

136 p.

RESUMO

Este texto é uma resenha do livro *A crise da narração* do filósofo Byung-Chul Han. Nesta obra, lançada em 2023 pela Editora Vozes, o autor discorre sobre o desaparecimento das narrativas autênticas na modernidade. Para Han, o excesso de informações que surge com as plataformas digitais ocasiona um consumo desenfreado de “narrativas” em mídias sociais, fenômeno que leva os indivíduos a perderem o senso de comunidade e de empatia entre si.

Palavras-chave: Crise da narração, plataformas digitais, storytelling

^aDoutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-7987-120X>. E-mail: davidnogueira@usp.br

ABSTRACT

This is a review of the book *The Crisis of Narration* by philosopher Byung-Chul Han. In this book, released in 2023 by Editora Vozes, the author discusses the disappearance of authentic narratives in modernity. For Han, the excess of information that comes with digital platforms leads to an unbridled consumption of “narratives” on social media, a phenomenon that causes individuals to lose their sense of community and empathy with each other.

Keywords: Crisis of narration, digital platforms, storytelling

BYUNG-CHUL HAN É um filósofo e escritor conhecido pela sua objetividade. É direto, gosta de ir ao ponto e, geralmente, em suas obras procura desenvolver vários argumentos e reflexões em torno de uma questão central. Em *A crise da narração*, lançado no Brasil em 2023, não poderia ser diferente. Han inicia o prefácio atestando uma “crise narrativa” (p. 9) ancorada justamente em um período no qual as narrativas estão sendo constantemente evocadas nos discursos que vigoram atualmente.

As sociedades modernas perderam a capacidade de narrar e de criar narrativas providas de significado, sentido e orientação, ocasionando um enfraquecimento de vínculos entre pessoas e instituições. A crise da narração revela, para Han, uma crise no sentimento de comunidade. As narrativas verdadeiras são capazes de dar significado a momentos específicos do cotidiano, aos dias do ano, às relações entre sujeitos e ambientes, preenchendo essas esferas da vida com carga simbólica. As narrativas são técnicas simbólicas que transformam o “ser-no-mundo” (sujeito individualizado) em um “estar-em-casa” (sujeito em comunidade). Assim, atestamos também a capacidade transformadora das narrações. Os rituais são narrados porque a narrativa tem função transformadora.

Então por que as narrações entram em crise na modernidade? Para Han, a modernidade, marcada pela sua estética aberta, fronteiriça e transparente, impede que as narrações se fortaleçam, porque as narrativas são essencialmente “formas de conclusão e de encerramento” (p. 12). É justamente por conferirem desfechos que as narrativas possuem o poder de criar significados. Estes se consolidam no fechamento de uma narrativa.

Seguindo essa perspectiva, as narrativas criam histórias, enquanto a estética da modernidade tardia se ancora em uma ideia temporal pontual e fragmentada. Para Han, as mídias contidas em plataformas digitais não são narrações, por serem produzidas e publicizadas em uma espacialidade digital que privilegia muito mais a abertura e a dissolução do que o fechamento. Em sua percepção, os *stories* das redes sociais são os exemplos perfeitos desse caso. O *storytelling* seria, assim, a apropriação capitalista das narrativas. Ele submete as narrações ao consumo, preenchendo marcas, produtos, serviços e pessoas com energia libidinosa que será empreendida e descarregada na forma de consumo. O *storytelling* pode ser visto como a técnica que cria vínculos afetivos entre pessoas e objetos de consumo. Em dado momento, o autor chama *storytelling* de “*storyselling*”.

A partir desses pontos, Han discorre durante dez capítulos sobre as consequências da crise das narrativas e como esta crise está intimamente atrelada à expansão econômica e tecnológica que a humanidade tem experienciado no último século. O filósofo abre uma discussão sobre como a constante especulação do capital sobre as inovações tecnológicas, sobretudo midiáticas

e cotidianas, têm afetado as maneiras como os sujeitos no ocidente entendem identidade, tempo e espaço.

Han argumenta sobre como a crise das narrativas, impulsionada também pelo capitalismo e pelo mercado publicitário na criação de narrativas superficiais – *story-selling* –, enfraquece todas as instituições sólidas e seculares, criando um sentimento geral de desconfiança e descredibilidade na democracia, nos sujeitos políticos, na Imprensa etc. O consumo degrada o funcionamento pleno das instituições democráticas, e apenas o resgate das narrativas como instrumentos teóricos-metodológicos, mas também como dispositivos comunitários, podem “reverter” essa situação.

Em “Da narração à informação”, Han explica que o leitor moderno dos jornais perdeu a capacidade de se demorar nas notícias. Este leitor busca apenas informações, em vez de histórias. É aqui que Han faz uma primeira distinção entre informação e narração, pois esta última está presente nas notícias que cobrem um evento “de longe” – a distância é sua marca distintiva, algo que a informação não possui. Aqui ele resgata um conceito de Walter Benjamin: a aura, que seria o rastro de algo que aparece ao longe. A aura permite a visualização de algo, sem deixar que essa coisa seja totalmente tocada, mostrada ou exposta. Ela conserva uma sensação de mistério, curiosidade e dúvidas. As informações não possuem aura por serem transparentes demais, desnudas demais, diretas demais. Elas se corporificam como dados a serem visualizados, consumidos e repassados aos montes. Se há uma crise narrativa devido à enxurrada de informações à qual temos acesso hoje, há também uma crise jornalística.

Esta crise ocasionada pela enxurrada de informações é também uma crise da realidade, pois vivemos agora em um momento no qual acessamos e interferimos na realidade por meio de dados. Dados são apenas informações. Mais do que isso, somos constantemente seduzidos e convocados a disponibilizar informações sobre nós mesmos, nossos costumes, hábitos, gostos e opiniões políticas nas plataformas digitais através do consumo. Há um novo regime de poder que surge a partir disso e opera, não mais pela repressão dos indivíduos, mas, pela exploração absoluta da sua liberdade e, sobretudo, da liberdade para consumir.

Mais uma vez inspirado por Benjamin e seu ensaio *Experiência e pobreza*, Han dá seguimento com o capítulo “Pobreza de experiência” para explicar como a crise das narrações é também uma crise das experiências. Mas como? Em sua visão, as experiências são tradicionalmente narradas e pressupõem uma continuidade onde determinada sabedoria, conhecimento, será passada adiante por meio das narrativas. Quando não temos narrativas, não temos sabedoria, temos apenas técnicas de solução de problemas (p. 33).

No capítulo “A vida narrada”, Han mostra como a ideia de felicidade se relaciona com a ideia de redenção, porque ambas surgem conjuntamente no

fechamento de um tempo-histórico marcado (uma narrativa/uma experiência). Se estamos constantemente em contato com uma ideia de tempo atual, pontual e fragmentada, não temos a capacidade de fazer surgir felicidade. É esta atrofia do tempo na modernidade que impede o resgate do passado e ocasiona a crise das narrações. Aqui, o autor recorre às ideias de atrofia muscular de Marcel Proust e atrofia temporal de Martin Heidegger.

Esses sentimentos de tempo fragmentado e de estar sozinho no mundo, marcas da modernidade, descentralizam o sujeito de maneira que ele não consegue mais reivindicar uma identidade para si. Nenhuma narrativa faz sentido para ele. Sem ancoragem narrativa e orientação externa, o indivíduo se volta para si e passa a dar uma ênfase maior para o eu – o self. A atrofia temporal nos leva a uma incapacidade de narrar nossas vidas, intensificada ainda mais pelas espacialidades e temporalidades digitais, que, desprovidas de âncoras narrativas verdadeiras e mediadas quase que inteiramente por informações, permitem que o sujeito tenha acesso a narrativas apenas por meio do consumo. Nas plataformas digitais não se narra, apenas se acumulam informações materializadas em entretenimento, mídias, produtos e serviços.

Uma vida sem narração é também uma “vida desnuda”, título do capítulo seguinte. Neste segmento, a argumentação de Han se aproxima bastante das ideias encontradas em seus outros livros, como *A sociedade da transparência* (2012) e *A sociedade do cansaço* (2015). Para o autor, quando as narrativas falham e são incapazes de prover significado e sentido simbólico para as coisas, especialmente para os objetos, elas se tornam “nuas” de significação, vazias de sentido. Vejamos bem, as narrativas conferem aos fatos da vida um significado quase que incontestável que ganha cada vez mais força e sentido ao passar dos anos com as práticas de narração. Na modernidade, se as coisas, eventos, situações e objetos carecem de sentido, passamos a ver e viver uma vida cada vez mais precária de significados, que serão buscados nas informações e nas narrativas do capital, nos *storytellings* das plataformas digitais.

Se não há narrativas fortes que nos ancoram no mundo, nos voltamos para nós mesmos e começamos um intenso processo de produção de si. Para Han, as selfies e as práticas de espetacularização do cotidiano das redes sociais são exemplos disso. A modernidade evoca uma constante nudez de si, não apenas física, mas também financeira, afetiva, cultural, sexual etc. Essa transparência das informações é completamente oposta ao velamento e à ocultação, que são essenciais para a narração.

O excesso de informações leva à informatização do mundo, um estágio de racionalização da humanidade ainda mais avançado do que aquele descrito por Max Weber. Para Han, a digitalização das realidades dissolve tudo em dados e

informações – estes não podem ser narrados, apenas calculados e explicados. Essa relação de causalidade torna-se imperativa e leva os indivíduos a o que ele chama de “desencantamento do mundo”, título do quinto capítulo. Perdemos a capacidade de nos encantarmos com as coisas, de vermos mágica e ludicidade no mundo. “A informação representa o estágio de declínio absoluto da linguagem” (Han, 2023, p. 84).

A digitalização excessiva do mundo – desencantamento – também nos leva a um contínuo e progressivo afastamento da realidade como ela é. Quando passamos a ter acesso ao mundo apenas através das telas dos smartphones e das plataformas de redes sociais, entramos em contato com uma realidade reduzida e recortada que pode ser facilmente posta de lado com um simples clique no ecrã dos smartphones. A realidade perde a capacidade de nos chocar, de nos afetar profundamente – em vez disso, passamos a reagir com botões de *like* ou *dislike*. As reações se tornam mecânicas, automáticas e desprovidas de uma reflexão mais crítica e duradoura. Para Han, essa digitalização excessiva ocasiona uma erosão no senso de comunidade.

Sem a possibilidade de nos unirmos enquanto comunidade, a narrativa neoliberal do desempenho nos põe em posição de “empreendedor de nós mesmos”, criando um sentimento de competitividade entre todos. Falta uma coesão social que crie um Nós; em vez disso, nos afundamos em uma narrativa que promove constantemente a autorrealização individual dos sujeitos. Em uma comunidade narrativa autêntica não há a comunicação excessiva e barulhenta tão característica da era digital, mas sim uma harmonia tranquila que une todos em um sentimento de empatia com o próximo.

Em “Teoria como narração”, o autor argumenta que as teorias devem ser essencialmente narrativas. Em um mundo cada vez mais tomado pelo Big Data, os processos de coleta, armazenamento e análise de dados se aproximam cada vez mais dos estudos científicos. Mas, segundo Han, o Big Data não explica nada, apenas faz correlações entre uma informação e outra. Já as teorias, criam nexos conceituais entre as coisas, explicam como e por que elas se comportam da forma como se comportam. Elas oferecem um fechamento que prende as coisas em uma estrutura conceitual. Dessa maneira, as teorias se aproximam, e muito, das narrativas.

Nos capítulos seguintes, “Narrativa como cura” e “Comunidades narrativas”, Han defende que a retomada das narrativas pode ser a resposta para uma sociedade mais empática e harmônica, sintonizada com as necessidades de todos. Para ele, o apoio em narrativas autênticas, como a psicanálise, a diminuição do consumo excessivo e do uso de plataformas digitais podem restaurar o senso de comunidade na sociedade moderna. Nesse sentido, também é possível inferir

que a comunidade acadêmica e científica deve atuar nesse processo. Os cientistas devem procurar evitar o acesso ao conhecimento por meio de dados, dando preferência às teorias. E se as teorias têm a capacidade de narrar, pesquisadores e pesquisadoras podem se envolver em movimento que vise a restauração das narrativas autênticas para o fortalecimento das comunidades. ■

REFERÊNCIAS

Han, Byung-Chul. (2023). *A crise da narração*. Vozes.

Artigo recebido em 13 de junho de 2024 e aprovado em 14 de agosto de 2024.

MATRIZes é um periódico destinado à publicação de estudos que tenham por objeto a comunicação. Acolhe pesquisas teóricas e empíricas sobre processos comunicativos, meios e mediações nas interações sociais. Trata-se de uma publicação aberta às reflexões sobre culturas e linguagens midiáticas e suas implicações sociopolíticas e cognitivas. MATRIZes preserva o horizonte transdisciplinar do pensamento comunicacional e espera redimensionar conhecimento e práticas que contribuam para definir, mapear e explorar os novos cenários comunicacionais. No limite, MATRIZes busca ser um espaço de debates das diferentes perspectivas do campo da Comunicação.

