
ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA

perspectivas e trajetórias

CLÁUDIO NOVAES P. COELHO | DIMAS A. KÜNSCH | JOSÉ EUGENIO DE O. MENEZES

Organizadores



*Estudos de comunicação
contemporânea
Perspectivas e trajetórias*

Série:
Comunicação na
Contemporaneidade

Conselho Editorial – Plêiade

Profa. Dra. Beatriz Lage – USP
Prof. Dr. Dimas A. Künsch – Cásper Líbero
Prof. Dr. Flávio Calazans – UNESP
Prof. Dr. Gustavo A. S. de Melo – USP
Prof. Dr. Laan M. de Barros – Univ. Metodista
Profa. Dra. Lídia A. Barros – UNESP
Prof. Dr. Luís Barco – USP
Prof. Dr. Maurizio Babini – UNESP
Prof. Dr. Nelson Papavero – USP
Prof. Dr. Ricardo B. Madeira – UniFMU
Prof. Dr. Roberto Bazanini – IMES-SC



Cláudio Novaes P. Coelho
Dimas A. Künsch
José Eugênio de O. Menezes
Organizadores

Estudos de Comunicação Contemporânea

Perspectivas e trajetórias

2012
São Paulo



editora
Plêiade



Este trabalho foi licenciado com uma Licença Creative Commons 3.0 Brasil. Você pode copiar, distribuir, transmitir ou remixar este livro, ou parte dele, desde que cite a fonte e distribua seu remix sob esta mesma licença.

Ricardo Baptista Madeira
Editor Responsável

Milena Y. Madeira
Capista e Diagramadora

Camila Duarte do Vale
Dimas A. Künsch
Karen Pavani Goulart
Edição e revisão de texto

Dados Catalográficos

E82 Estudos de comunicação contemporânea: perspectivas e trajetórias / [organizadores] Cláudio Novaes P. Coelho, Dimas A. Künsch, José Eugenio de O. Menezes. - São Paulo: Plêiade, 2012.
273 p.

ISBN: 978-85-7651-226-4

1. Comunicação I. Coelho, Cláudio Novaes II. Künsch, Dimas A. III. Menezes, José Eugenio de O.

CDU 316.77

Bibliotecária responsável: Elenice Yamaguishi Madeira – CRB 8/5033

Editora Plêiade

Rua Apacê, 45 - Jabaquara - CEP: 04347-110 - São Paulo/SP
info@editorapleiade.com.br - www.editorapleiade.com.br

Fones: (11) 2579-9863 – 2579-9865 – 5011-9869

Impresso no Brasil

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO 7

PRIMEIRA PARTE 15

Perspectivas teóricas

O saber da ternura e a epistemologia da comunicação 17

Dimas A. Künsch

Para ler Vilém Flusser 43

José Eugenio de O. Menezes

Por um conceito de hegemonia na cibercultura 67

Edilson Cazeloto

Teoria crítica, ideologia e jornalismo na
contemporaneidade 87

Cláudio Novaes Pinto Coelho

A ética como discurso estratégico no campo jornalístico 105

Luís Mauro Sá Martino

Hipóteses para a pesquisa do imaginário na cibercultura.. 123

Edilson Cazeloto

SEGUNDA PARTE 141
Visualidades

Fotografia e jornalismo: da prata ao pixel – discussões
sobre o real 143
Dulcília Helena Schroeder Buitoni

O fotojornalismo na cultura da mídia e do
entretenimento..... 159
Simonetta Persichetti

Comer com os olhos..... 177
Antonio Roberto Chiachiri Filho

Imagens da cidade contemporânea..... 195
Simonetta Persichetti

TERCEIRA PARTE..... 207
Trajetórias

Pesquisando a comunicação na sociedade do
espetáculo 209
Cláudio Novaes Pinto Coelho

Narrativas imagéticas: caminhos 225
Dulcília Helena Schroeder Buitoni

Aprender e ensinar linguagens no universo da
tecnologia 249
Antonio Roberto Chiachiri Filho

Ensinar a comunicação, estudar a comunicação 257
Luís Mauro Sá Martino

Autores 271

APRESENTAÇÃO

As resistências do afeto na Comunicação Trajetórias e visões

Ao abrir o presente livro, duas questões prontamente me vieram à mente: a primeira foi quanto ao sentido de termos um livro escrito pelos professores de um mesmo Programa, e a segunda foi quanto à presença da palavra trajetória, cujo sentido tem se revelado a mim tão essencial.

O que inicialmente pareceu-me um interessante projeto de criação de um espaço comum de apresentação, foi se revelando, no decorrer da leitura, um enorme movimento intelectual de predisposição ao diálogo. Ao mais difícil diálogo possível: com os diferentes próximos, com os vizinhos de mesa e de ideias, com o outro ao lado e com a capacidade que esse outro ao lado tem de despertar o outro que habita nossa própria alma. O livro se revelou aos poucos a “busca da ternura” como um dos fundamentos epistemológicos da Comunicação – como prenuncia o primeiro capítulo – já mesmo em sua própria gênese, em sua arquitetura de ideias e autores. Uma ternura criadora de possíveis “comuns” (jamais iguais ou monocórdicos), núcleo semântico gerador da própria palavra comunicação.

Organizado em três diferentes eixos temáticos, o livro apresenta no primeiro eixo seis textos a respeito de algu-

mas *Perspectivas Teóricas* contempladas pelos docentes do programa de pós-graduação da Cásper Libero. Da segunda parte, denominada *Visualidades*, constam quatro artigos que apresentam pesquisas sobre cultura visual presentes nos estudos dos autores. Já na terceira parte, *Trajetórias*, estão textos sobre os percursos de vida e pesquisa de alguns docentes e dos grupos de pesquisa nos quais atuam.

Os textos sobre **Perspectivas Teóricas** são de autoria de Dimas A. Künsch, José Eugenio Menezes, Edilson Caze-loto, Cláudio Novaes Pinto Coelho e Luís Mauro Sá Martino. No ensaio *O saber da ternura e a epistemologia da comunicação*, Dimas A. Künsch, coordenador do programa da Cásper Libero, delineia – na perspectiva de uma epistemologia da comunicação – “alguns traços da vinculação entre afeto, compreensão e conhecimento”. O texto propõe um diálogo com autores que, como eu, questionam o funcionalismo e o mecanicismo que impregnam o conhecimento científico em Comunicação, e convida a inserir os afetos, como diz Muniz Sodré, na Epistemologia da Comunicação.

Em *Para ler Vilém Flusser*, José Eugenio Menezes apresenta de forma cronológica uma introdução – ou convite à leitura – dos principais textos do autor disponíveis no Brasil, oferecendo um bússola valiosa para os que se aproximam da tão vasta obra de Flusser. O filósofo tcheco-brasileiro nasceu e faleceu em Praga (1920-1991), mas viveu no Brasil entre 1940 e 1972. Menezes destaca que o filósofo mostra a importante diferença entre impor ou acolher um discurso ou participar de um diálogo, considerando que um dos desafios da contemporaneidade é justamente a “dificuldade de produzir diálogos efetivos, isto é, de trocar informações com o objetivo de adquirir novas informações”. Aqui, o termo diálogo resgata seu sentido dialógico, não redutivo ou dissociativo, como propõe Edgar Morin.

Dois textos de Edilson Cazeloto integram ainda a primeira parte do livro. Em *Por um conceito de hegemonia na cibercultura*, o autor apresenta diferentes leituras do termo hegemonia e mostra que no fato da predominância do uso do computador nas mais diversificadas áreas de experiência humana está ideologicamente imbricada “a ideia de um consenso social em torno do chip como ferramenta necessária e desejável”. Assim, constata que “os valores que constituem a lógica informática são apagados, embora, evidentemente, prossigam influenciando as condições concretas das práticas culturais mediadas pelo computador”. Por isso, “esse apagamento é o núcleo do processo de construção de uma hegemonia hipostasiada, ou seja, materializada no próprio suporte físico da cultura”. Cazeloto evidencia o estabelecimento desses processos de naturalização de elementos culturais, demonstrando que os silêncios da teoria são bem eloquentes.

Já em *Hipóteses para a pesquisa do imaginário na cibercultura*, Cazeloto destaca as contribuições de Baczko e Castoriadis para os estudos do imaginário da Cibercultura compreendido como “construção social em permanente transformação, ao mesmo tempo causa e resultado de práticas cotidianas”. Destaca que as tecnologias utilizadas na comunicação não são neutras em relação ao imaginário.

Em *Teoria crítica, ideologia e jornalismo na contemporaneidade*, Cláudio Novaes Pinto Coelho aborda, em diálogo com a Escola de Frankfurt e outros autores críticos, a questão da ideologia na interpretação dos processos comunicacionais. Utiliza, como exemplos, textos publicados no jornal Folha de S. Paulo para observar que a mistura entre jornalismo e publicidade demonstra “a atualidade da concepção frankfurtiana da ideologia, confirmando a sua pertinência para a análise dos processos comunicacionais

contemporâneos, marcados pela ideologia neoliberal e pela disseminação da linguagem publicitária”.

Em *A ética como discurso estratégico no campo jornalístico*, Luís Mauro Sá Martino delinea algumas questões relativas “à ética profissional do jornalista em seu conflito com os interesses pessoais e empresariais”. Depois de analisar afirmações sobre ética apresentadas por jornalistas entrevistados para o site de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero no período de 2000 a 2003, mostra como é “difícil inferir se um ato é ou não ético sem conhecer, portanto, a disposição dos interesses, lucros e gratificações no espaço social”. Assim, “o princípio da ética do jornalismo como ética do marceneiro, portanto, não é a própria ética como princípio do agir tendencialmente para o bem, mas como a estratégia de garantia de legitimidade”.

Dessa matéria é feita a primeira parte do livro, que é também a mais extensa: ternura, afeto e estratégias contra-hegemônicas por um lado, resgate de noções críticas e de legitimidade, por outro. Uma reunião que se dá sob a bênção do polissêmico Vilém Flusser.

Na segunda parte do livro, denominada **Visualidades**, estão os textos de Dulcília Helena Schroeder Buitoni, Simonetta Persichetti e Antonio Roberto Chiachiri Filho.

Dulcília Buitoni, em *Fotografia e jornalismo: da praça ao pixel* – discussões sobre o real, retoma percursos das pesquisas sobre a natureza jornalística de uma imagem e levanta as principais linhas teóricas que discutem a relação entre a fotografia e o real. Constata que “a migração da imagem fotográfica do meio impresso para o suporte digital-eletrônico está acarretando uma profunda transformação na produção, fruição e armazenamento, que talvez ainda não percebamos porque estamos mergulhados na aceleração, no uso mais comum, na imagem descartável e sempre substituída ou substituível”. Destaca que o webjor-

nalismo ainda está engatinhando na utilização deste campo imagético e aponta o jornal Clarín como uma exceção quando usa a fotografia “como link para texto gráfico, texto sonoro, como chave para conexões hipertextuais”.

Em *O fotojornalismo na cultura da mídia e do entretenimento*, Simonetta Persichetti mostra como nas últimas décadas, contexto da chamada cultura da mídia, a significação do fotojornalismo, sua construção e interpretação têm se alterado. Destaca que o papel dos fotojornalistas tem se alterado e que eles “se assumem cada vez mais como autores e se colocam de forma imperativa na imagem”. Conclui seu texto lembrando uma afirmação de Umberto Eco: “Uma civilização democrática só se salvará se fizer da linguagem da imagem uma provocação à reflexão, e não um convite à hipnose”. No texto *Imagens da cidade contemporânea*, Persichetti estuda com profundidade o trabalho do fotógrafo José Manuel Ballester, conhecido pelo fato de que ele vai além do simples registro ou significação de um lugar. Enfatiza que ele não transforma fisicamente as formas que encontra à sua frente, mas “produz um novo discurso sobre elas, apresentando-nos o banal sob uma nova luz, sob uma ótica diferenciada”. Afirma que, como um cronista urbano, José Manuel Ballester constrói poemas visuais, mostra o que para ele é essência da fotografia: “sensibilidade sem artifício”.

Por sua vez, Antonio Roberto Chiachiri Filho, em *Comer com os olhos*, revela como “os recursos semióticos de produção da fotografia gastronômica são os responsáveis por desencadear e intensificar prazeres gustativos numa mente interpretadora”. Ao descrever poeticamente como um signo visual provoca outras sensações na tradução de um sentido em outro, como a relação entre o estímulo visual e o paladar, mostra como o fenômeno da sinestesia começa a ganhar corpo no mundo científico. Nesse senti-

do, considera que os fotógrafos fazem do estímulo visual a fonte para evocar e/ou despertar outros sentidos, levando em conta que seus intérpretes têm “uma tendência sinestésica para a compreensão da mensagem”.

Dessa forma, os artigos que compõem a segunda parte do livro se ocupam dos desdobramentos contemporâneos das imagens visuais com foco na fotografia em seus diversos contextos sociais de aplicação, em especial o fotojornalismo.

Já na terceira e última parte, **Trajatórias**, estão textos a respeito dos percursos de vida e pesquisa de Cláudio Novaes Pinto Coelho, Dulcília Helena Schroeder Buitoni, Antonio Roberto Chiachiri Filho e Luís Mauro Sá Martino, docentes do Programa de Pós-Graduação da Cásper Líbero. Aqui se apresentam as vocações temáticas dos grupos de pesquisa do Programa.

No texto *Pesquisando a comunicação na sociedade do espetáculo*, Cláudio Novaes Pinto Coelho indica que a análise do processo de espetacularização da comunicação, aquele que gera aproximações estreitas entre informação e entretenimento, é um dos eixos temáticos das pesquisas sobre os produtos midiáticos desenvolvidos na Cásper Líbero, especialmente no Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo. Ao apresentar alguns dos autores que permitem a compreensão dos objetos de pesquisa dos integrantes do grupo, enfatiza que “pesquisar a comunicação na sociedade do espetáculo é refletir criticamente sobre o que impede a comunicação de se colocar a serviço do pensamento questionador e da cidadania”.

Em *Narrativas imagéticas: caminhos*, Dulcília Helena Schoroeder Buitoni apresenta as relações entre sua trajetória humana, profissional e acadêmica, articulando poeticamente vivências como aluna da primeira turma de jornalismo da ECA/USP (1967-1970), docente da mesma

ECA a partir de 1972 e docente da Cásper Líbero a partir de 2006, com posturas profissionais como jornalista e editora de publicações da Editora Abril. Tal tecido de experiências em andamento, sustentadas no diálogo com interlocutores como Josep M. Català, em especial, está construído por reflexões sobre temas que resvalam nas questões acerca da imagem, tanto na pesquisa pessoal como na formação de mestres e doutores tais como: jornalismo de revista, relações de gênero, grande reportagem, fotografia, cinema e vídeo, educação infantil e narrativas na internet.

No texto *Aprender e ensinar linguagens no universo da tecnologia*, Antonio Roberto Chiachiri Filho lembra que estudar as linguagens contemporâneas, sobretudo a percepção das imagens pelo viés das mídias digitais, nos proporciona um mutável e inesgotável campo de pesquisa. No estudo dos signos e das relações entre tecnologia e mercado, no incentivo à participação dos docentes e mestrandos em congressos internacionais e na interlocução com os colegas e mestrandos, Chiachiri enfatiza que no Programa de Pós-Graduação da Cásper docentes e jovens cientistas levam suas experiências às arenas de discussão “num dissenso saudável” para “encontrarmos um conforto intelectual que possa gerar frutos e alargar nossas consciências, nossas mentes”.

Por último, em *Ensinar a comunicação*, estudar a comunicação, Luís Mauro Sá Martino apresenta o caminho já percorrido como jovem pesquisador lembrando que o texto é “uma abertura para o diálogo e um convite a acompanhar uma trajetória pontuada por dúvidas no passado que, por sua vez, deram origem a outras tantas dúvidas no presente que se desdobram em questões e indagações futuras”. No conjunto de suas publicações e nas relações com os orientandos, considera as interações entre o estudo da teoria da comunicação e os espaços institucionais.

Ao fim da terceira parte, retomo o sentido das trajetórias. Falar de trajetórias me parece uma maneira de buscar um pensamento estratégico acerca das nossas maneiras de habitarmos os mundos, os pluriversos (também de nossa área). E quando falamos de comunicação, falamos sempre de diversidade, falamos do trabalho de tessitura coletiva que viabiliza a dimensão social da vida humana em sua multiplicidade e dissenso. Precisamos de comunicação e de afeto porque somos milhões e, mesmo assim, estamos sozinhos grande parte do tempo, porque a vida é sempre “mais ou menos do que nós queremos”, como dizia Fernando Pessoa. E para nos encontrarmos traçamos caminhos, trajetórias.

Gosto de lembrar que perder a trajetória é exatamente o que significa a palavra tragédia. Enquanto pudermos refletir e dialogar, como propõe o presente livro, estaremos protegidos da má tragédia. E que todo nosso descaminho possa ser apenas um desvio de Hermes, o perder-se que antecede as revelações.

Malena Segura Contrera

*São Paulo
Verão de 2012*

PRIMEIRA PARTE

Perspectivas teóricas

O saber da ternura e a epistemologia da comunicação¹

Dimas A. Künsch

“Uma outra posição interpretativa para o campo da comunicação.” Nada menos que isso cobra Muniz Sodré. Ele entende que o agir comunicacional exige ser liberado “das concepções que o limitam ao nível de interação entre forças puramente mecânicas”.

Essa busca por uma nova posição interpretativa, exorcizado o espírito mau do mecanicismo, quer “abarcara a diversidade da natureza das trocas, em que se fazem presentes os signos representativos ou intelectuais, mas principalmente os poderosos dispositivos do afeto” (Sodré, 2006:12-13).

¹ Publicado originalmente na revista *Líbero*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero (ano XIV, n. 27, junho 2011, p. 31-41), com o título “Saber, afeto e compreensão: epistemologia da compreensão e dialogia”, e retrabalhado por mim para publicação neste livro, sendo mantidas, no entanto, as ideias-chave anteriormente expressas. Retomam-se inspirações e referenciais teóricos traduzidos em artigos e capítulos de livros publicados nos últimos anos, gerados fundamentalmente no âmbito do grupo de pesquisa “Comunicação, Jornalismo e Epistemologia da Compreensão”, que funciona, sob a minha liderança, no interior do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Cásper Líbero.

“Poderosos”, os que o autor chama de “dispositivos do afeto” são alçados por ele a um patamar dos mais elevados no universo dos estudos, pesquisas e práticas de comunicação, no horizonte vislumbrado por essa nova “posição interpretativa”, que urge ser encontrada. Ali, no jogo entre afetos e signos intelectuais, a balança penderia para o lado dos primeiros. Bem diferente, aliás, do que acontece na consagrada tradição intelectual nossa de cada dia, na qual a “velha epistemologia” da comunicação sacia a sua sede.

O sentido de tamanha nobreza concedida ao sentimento se deixa mais facilmente entrever quando se examina mais de perto o contexto intelectual em que o argumento, quase apelo, em favor do afeto se erige. E o contexto próximo é este: o reconhecimento do capital cognitivo-comunicacional do afeto nasce de uma preocupação de Sodré com aquilo que, em suas palavras, “está aquém ou além do conceito”.

Não parece ser pouca coisa. Aquém ou além do território delimitado pela ferramenta do conceito existe um vasto, fértil e em maior ou menor grau inexplorado campo que os signos representativos ou intelectuais não alcançam. Ou onde, se alcançam, não conseguem exercer seu domínio... ditatorial.

Uma epistemologia compreensiva

Assim, o argumento pr -afeto não resulta de uma preocupa o secundária ou marginal.

Longe disso.

De fato, a defesa dos dispositivos do afeto extrai sua força de uma crítica enérgica, quase corrosiva, a uma certa tradi o dos estudos científicos da comunica o, produtora de uma verdadeira “ditadura lógica da razão enquanto domínio universal” – na contramão do afeto.

É a essa “ditadura” que Sodré (2006:14) contrapõe a exigência de “outra atitude epistemológica ou interpretativa (...)”, “mais compreensiva, menos intelectual-racionalista, capaz de apreender os fenômenos fora da medida universal”.

É, em suma, nessa seara que a “outra posição interpretativa para o campo da comunicação” desvela sua mais densa justificativa e carga expressiva: na exigência de uma epistemologia de tipo compreensivo, “capaz de apreender os fenômenos fora da medida universal”.

Fora do conceito, portanto –ou, pelo menos, fora do conceito enquanto exercício de um poder discricionário, ditatorial.

Fora do jogo das essências.

Fora da pura explicação.

Desse modo, no universo a descobrir na área da comunicação, “aquém e além do conceito”, o poder do afeto se vincula a uma atitude compreensiva distante do conceito enquanto signo hegemônico ou, pior, absoluto de explicação.

A crítica à esterilização do pensamento conceitual -explicativo aplicado à comunicação assume um viés de ruptura, nesse quadro de pensamento. Passa a exigir mais, muito mais que a simples mudança, no sentido de troca, de conceitos que Zygmunt Bauman, por exemplo, considera que o tempo da chamada “modernidade líquida” impõe para o campo das ciências sociais.

O grito de socorro, no caso de Bauman, é para que se repensem os velhos conceitos que legitimavam as narrativas anteriores, da “modernidade sólida” – e que se busquem, com urgência, outros conceitos..., talvez “sólidos”, até onde seja possível imaginar solidez nos tempos que rolam. Porque, “como zumbis, esses conceitos são hoje mortos-vivos. A questão prática consiste em saber se sua

ressurreição, ainda que em nova forma ou encarnação, é possível; ou – se não for – como fazer com que eles tenham um enterro decente e eficaz” (Bauman, 2001:15).

É outra a exigência que se apresenta à Comunicação, no pensamento de Sodré. É mais forte que isso que está dizendo Bauman, ainda que não seja de modo algum impensável, também ali, o descarte dos conceitos zumbis, mortos-vivos: trata-se, na formulação de Sodré, de dar ao afeto um estatuto cognitivo no contexto de uma epistemologia compreensiva, intelectualmente o mais distante possível da ditadura a que o conceito, a explicação, o essencialismo, o universalismo costumam conduzir.

Compreensão, conhecimento e vida

A crítica enfática ao racionalismo e, vale reforçar, a um modelo de pensamento que costuma transitar à vontade pelo reino aparentemente sólido e seguro dos universais, das essências, da ontologia, se faz acompanhar pela insistência, não menos enfática, no “conhecimento compreensivo”.

Sodré relembra com propriedade que “na base de uma experiência ontológica da comunicação (...) encontra-se o problema da compreensão, suscitado pela vinculação inerente ao comum”.

A “interpretação que fazemos do mundo a partir de nossos habituais quadros conceituais”, ele afirma, é útil ao entendimento e à explicação. “A compreensão, porém, fica além desses circuitos autolegimativos, fora dos puros atos de linguagem” (Sodré, 2006:67).

“A compreensão humana vai além da explicação”, dirá Morin (2000:94-95). “A explicação é bastante para a compreensão intelectual ou objetiva das coisas anônimas ou materiais. É insuficiente para a compreensão humana”.

A compreensão humana, com efeito, “comporta um conhecimento de sujeito a sujeito”. Compreender, assim entende Morin, “inclui, necessariamente, um processo de empatia, de identificação e de projeção. Sempre intersubjetiva, a compreensão pede abertura, simpatia e generosidade”.

Morin (2009:93) enxerga no ensino da compreensão uma “missão propriamente espiritual” da humanidade.

Aplicada à área em movimento da epistemologia, a “visada compreensiva” aqui reivindicada, em confronto nada amigável com o racionalismo vigente, dialoga, por sua vez, com as preocupações de Maffesoli, lá onde o francês – com semelhante empenho crítico e fervor militante no combate ao que ele chama de “terrorismo” do conceito – proclama-se um defensor intransigente de uma atitude cognitiva compreensiva, para a sociologia como para o conjunto dos saberes, científicos e não científicos.

Maffesoli (1998:31) vê “o perigo de uma atitude de espírito que ‘corta’, separa, funciona a esmo, sem referência ao real naquilo que este tem de tangível, de palpável, de inteiro”. Deve estar pensando, sem grande entusiasmo, em René Descartes...

Para Maffesoli, “a ‘esquize’ do racionalismo não fornece senão uma épura do homem e do mundo. Produz um esquema que apresenta características importantes, mas ao qual falta o essencial: a vida”.

Vida que “é breve” (Hipócrates), e “tão difícil de possuir completa e tão triste de possuir parcial” (Fernando Pessoa).

É preciso aprender a fazer silêncio para contemplar, por detrás ou na profundidade do que os sentidos revelam, “o indizível e o inconcebível”. “Sob os conceitos existe o mundo, sob o mundo?” (Morin, 1995:222).

Um ensaio sobre a compreensão

Afeto, compreensão e conhecimento. Como articulá-los? Como fazê-los conversarem entre si no ambiente em construção de uma epistemologia da comunicação?

Delinear teoricamente alguns traços dessa vinculação, apontando possibilidades reais ou imagináveis de sua existência e de seus significados para o campo dos estudos comunicacionais: é este o propósito primordial deste texto.

Ou deste ensaio.

O crédito oferecido, linhas antes, à imaginação combina bem com a proposta do ensaio como forma de expressão do pensamento e, por que não?, da imaginação científica.

A ciência autodenominada séria e madura, umbilicalmente ligada às exigências do método e do rigor, se farta em cobrar a renúncia a todo tipo de delírio intelectual. Vamos lá. Mas, como se argumentará adiante, isso nem de longe pode se fazer à custa da liberdade de se pensar. Nem, tampouco, do assassinato do vigor que as linguagens do afeto e da compreensão sugerem e estimulam.

É preciso “assumir plenamente a qualidade e a insuficiência que o termo ‘ensaísta’ contém”, propõe Morin (1998:13-14). O ensaio, com efeito, “não pode senão tentar atingir um conhecimento pertinente, e deve tentá-lo correndo os seus riscos intelectuais”.

Um conhecimento pertinente, sob o signo de riscos os mais diversos: eis aí um projeto e tanto para um pensamento que, humano, absolutamente humano, se propõe a se lançar à aventura do desconhecido, do incerto, da verdade possível. Um conhecimento de autoria, que o exercício responsável do ensaio, compreensivamente, pode tornar visível.

O ensaio do mundo, contra o pensamento das certezas, dos conceitos fechados, do universalismo.

É preciso deixar claro, no entanto, que, compreensivamente – num domínio em que a inclusão fale mais alto que a exclusão e que os dualismos de toda espécie – a crítica à “ditadura do conceito” não está autorizada a negar a priori a possibilidade real de uma “democracia” da razão e do conceito. Mesmo lá, onde a crítica direciona o olhar do pesquisador, às vezes sem dó nem piedade, para o que está “aquém e além do conceito” e, no conceito em si, para a absolutização de seu lastro explicativo.

Por que descartar, ditatorialmente, o convívio com uma razão fértil, dialógica, só porque se está atirando pedras no telhado frágil da razão erigida em senhora absoluta, em medida universal?

Por que desistir de imaginar uma prática cognitiva apta a pensar a razão e a não-razão, o conceito e o não-conceito, o conhecimento e a vida, a coisa e seu contrário, a verdade e o erro, a teoria A com a teoria B, complexa e compreensivamente?

“Aliar razão iluminadora e amor à humanidade, lúcida compreensão dos fenômenos naturais e procura da felicidade terrena, ciência e ética”, ensinava Epicuro (Pessanha, 1992:59).

Um estatuto epistêmico para a ternura

A crítica à “dureza do logos” – o logos não dialógico – se expressa, também em Restrepo (1998:10), na ideia de uma “dimensão fundante do afetivo”. O autor colombiano vê na tradição ocidental de pensamento uma herança a que ele dá o nome de “lógica arrasadora da guerra”.

Restrepo investe, também sem dó, contra “a intolerância do discurso total, aniquilador da diferença e inimigo do crescimento e da singularidade”. Lamenta que “há vários séculos a ternura e a afetividade” tenham sido “destruídas do palácio do conhecimento”:

Desde as precoces experiências da escola, adentra-se a criança num saber de guerra, que pretende uma neutralidade sem emoções, para que adquira sobre o objeto de conhecimento um domínio absoluto, igual ao que pretendem obter os generais que se apossam das populações inimigas sob a divisa de terra arrasada (Restrepo, 1998:14).

A não-dialogia e o caráter ditatorial que razão e conceito assumem no contexto desse discurso, porém, e mais uma vez, não se lhes pode ser imputados, sem mais, como suas propriedades intrínsecas, algo assim como idiosincrasias de um discurso reconhecidamente malvado.

Nada é tão simples assim no mundo do pensamento.

A não-dialogia, a frieza, o mecanicismo e o determinismo que se vêem em geral associados à razão e ao conceito são, antes, resultantes de modos e modelos de como com eles operar. De como, a partir deles, se pensar o mundo, o conhecimento, a ciência.

Questão muito mais de uso. Ou de abuso.

Morin tem muito clara essa percepção, em sua crítica ao racionalismo. Para ele (1984:125), “a verdadeira *Aufklärung* está muito ligada à tolerância”, e “a verdadeira racionalidade é profundamente tolerante em relação às formas de pensamento que não se lhe assemelham”.

Isso não o impede, no entanto, de brandir a espada contra as “assustadoras doenças do espírito”, provocadas, como ele argumenta, exatamente pelo desvirtuamento do melhor que a razão e a ciência podem oferecer à humanidade:

A grande doença é o idealismo, que esquece que as idéias são mediadores e tradutores; é a reificação das idéias, em que a idéia se toma pelo real. A grande doença da razão é a racionalização, que encerra o real num sistema lógico coerente, ao preço de terríveis mutilações (Morin, 1984:32).

Voltemos a Restrepo, em sua defesa de um estatuto epistemológico para a ternura.

Constitui, em sua percepção, um enorme equívoco – uma “falácia epistemológica” – a ideia de que a expulsão da ternura constitui “uma condição *sine qua non* para a geração do conhecimento”:

Muito mais que o isolamento de uma certa percepção subjetiva e emocional que turva nosso acesso à verdade, o que fica a descoberto nesse modelo epistemológico é a presença da afetividade plana e definida do guerreiro, preparado para submeter a um domínio homogeneizador a multiplicidade da vida, sem se importar com sua redução a um enunciado abstrato ou a um esquema (Restrepo, 1998:14).

O torpor afetivo associa-se à exaltação da explicação causal.

A dissociação entre cognição e sensibilidade veste-se com o manto de axioma filosófico central na produção do saber (científico). Dominam, enfim, o abstrato e o universal.

O conceito.

Sodré (2006:12) se refere, nesse mesmo contexto, a “um velho contencioso da metafísica, que se irradiou para o pensamento social: a oposição entre o *logos* e o *pathos*, a razão e a paixão”.

Também, para ele, “nesta dicotomia, a dimensão sensível é sistematicamente isolada para dar lugar à pura lógica calculante e à total dependência do conhecimento frente ao capital”.

Eis que aparece aqui, sem meias palavras, o viés ideológico do modelo vigente de pensamento científico e, por extensão, comunicacional.

Constitui um imenso desafio, para Restrepo, “a integração da ternura às perspectivas cognitivas e acadêmicas”. O autor entende que precisamos nos articular “a

formas expressivas distantes da pretensão universal do significado e mais próximas à dinâmica do contexto”.

A ternura e o afeto podem igualmente impregnar a linguagem, sem desprezo pelo rigor. “As palavras podem ser ternas”. A verdade pode, sim, “assumir a forma sugestiva de uma expressão calorosa e acariciadora”.

Restrepo avalia que a frieza do discurso científico representa “uma expressão das lógicas de guerra que se inseriram na geração do conhecimento”. Não se deve, no entanto, “converter esta deformação histórica num único parâmetro de validade”:

“É, pois, a capacidade de gerar crítica e reflexão, e não o empobrecimento discursivo e literário, a característica que permite distinguir o pensamento científico da repetição dogmática e da charlatanaria” (1998:16-17).

O discurso “pode encher-se de ternura, sendo possível acariciar com a palavra”. A solidez argumentativa não está condenada a sofrer danos “por se fazer acompanhar da vitalidade emotiva” (Restrepo, 1998:17).

Na proposta do estudioso colombiano, portanto, não existe nenhuma relação de necessidade na ruptura que se costuma fazer entre razão e afeto, ciência e ternura. Pelo contrário. É possível, ao conceito, ser terno.

Boaventura de Sousa Santos (1989:35), nessa mesma linha de pensamento, sugere desviarmo-nos de um paradigma de ciência “que produz um discurso que se pretende rigoroso, antiliterário, sem imaginação nem metáforas” – “um paradigma que pressupõe uma única forma de conhecimento válida, o conhecimento científico”. Um discurso que corre o risco de se tornar “desencantado, triste e sem imaginação”.

Sodré, mais uma vez, com o foco intelectual no “aquém e além do conceito”, dirige a atenção para o vasto campo do não-racional. Acentua que “são muitas as formas

de compreensão que caminham na obscuridade" (2006:31), ou fora do espaço em que a luz da razão domina.

A "zona obscura e contingente dos afetos" não é matéria do cálculo, da razão e do método, e, sim, da "estética considerada em sentido amplo, como modo de referir-se a toda a dimensão sensível da experiência vivida" (2006:11).

Tem em vista a "relação entre duas subjetividades, entre os interlocutores":

Em termos mais práticos, a questão pode ser resumida assim: quem é, para mim, este outro com quem eu falo e vice-versa? Esta é a situação enunciativa da qual não dão conta por inteiro a racionalidade lingüística, nem as muitas lógicas argumentativas da comunicação. Aqui têm lugar o que nos permitimos designar como *estratégias sensíveis*, para nos referirmos aos jogos de vinculação dos atos discursivos às relações de localização e afetação dos sujeitos no interior da linguagem (Sodré, 2006:10).

Haveria, neste ponto, um amplo espaço para a discussão do princípio dialógico de Martin Buber (1982) e do que esse autor chama de palavras-princípio "eu e tu" e "eu e isso" (2004).

A vida do ser humano não se restringe apenas ao âmbito dos verbos transitivos. Ela não se limita somente às atividades que têm algo por objeto. Eu percebo alguma coisa. Eu experimento alguma coisa, ou represento alguma coisa, eu quero alguma coisa, ou sinto alguma coisa, eu penso em alguma coisa. A vida do ser humano não consiste unicamente nisto ou em algo semelhante. Tudo isso e o que se assemelha a isso fundam o domínio do Isso. O reino do Tu tem, porém, outro fundamento (Buber, 1982:54).

Inspirada em Buber, e ressaltando, com Sodré, o lugar do afeto na comunicação – contra aquelas concep-

ções que limitam o agir comunicacional “ao nível de interação entre forças puramente mecânicas” (Sodré, 2006:13) –, Cremilda Medina fala do “signo da relação”, título de uma de suas obras, que traz por subtítulo *Comunicação e pedagogia dos afetos* (2006).

A relação sujeito-objeto (“eu-isso”) na comunicação, pela via do afeto, do diálogo e da compreensão, se deixa substituir pela relação sujeito-sujeito (“eu-tu”). Com toda a carga de desafios, exigências e nada improváveis tropeços que essa opção carrega consigo.

“A inovação nas práticas do signo dialógico nunca ocorre naturalmente em qualquer ambiente de produção simbólica” (Medina, 2006:97).

Aquém, em e além do conceito

Uma “aproximação de tipo compreensivo ao campo da comunicação, a seu objeto e a suas teorias”. Esse era o objetivo de um texto apresentado ao GT “Epistemologia da Comunicação”, da Compós, em seu XVIII Encontro Nacional, na PUC-MG, em junho de 2009.

A primeira parte do título “Aquém, em e além do conceito: comunicação, epistemologia e compreensão” (Künsch, 2009) dialogava com o “aquém ou além do conceito” de Sodré e com sua defesa do lugar do afeto na esfera de uma epistemologia compreensiva da comunicação.

A ligeira diferença de acento deixa-se revelar, no entanto, já no “em” introduzido na formulação do título. O argumento, no texto apresentado à Compós, é o de que a rejeição à “ditadura do conceito”, ao racionalismo e à compulsão universal-explicativa, quando inserida num ambiente intelectual compreensivo, dialógico, se processa tanto *contra* quanto *com* o conceito.

Pois, deve-se admitir, no calor e na pressa em que a crítica às vezes se dá, exageros e injustiças se deixam

facilmente cometer. Ora, o discurso da compreensão não fornece salvo-conduto contra a arrogância, a incompreensão e o dogmatismo.

Voltando ao que se dizia antes, é aconselhável não se perder nunca de vista nem a necessidade e utilidade dos conceitos, nem a vitalidade e fertilidade de que esses mesmos conceitos podem se revestir, no processo nada simples, nem puro, de conhecimento.

Não é demais recordar novamente Restrepo, quando ele afirma que a palavra pode ser terna. Pode ser fértil. Lúcida. Sábia. Não se deve jogar fora a criança com a água do banho.

Ainda no bojo dessa mesma inquietação, no resumo do texto indicado, afirma-se preliminarmente que a intenção não é, e nem poderia ser, a de declarar uma guerra santa contra a razão e a ciência.

A indisposição, firme, é “contra a transformação do conceito em camisa-de-força a negar o direito à intuição criadora; o direito à formulação de noções, símbolos e imagens com densidade interpretativa; à dialogia entre saberes; às incursões por territórios trans- e não-disciplinares”.

A indisposição é, no raso e no fundo, contra a “ditadura do conceito”.

Essa mesma preocupação, de não se jogar fora, simplesmente, o conceito, é retomada, linhas adiante no mesmo texto, quando se afirma que a crítica ao racionalismo “não dura muito tempo para ser desclassificada, às vezes com violência, como se fosse uma postura retrógrada de descrédito na ciência, quando não de apologia ignorante do obscurantismo”.

Este autor se defende:

Não convém se assustar com certo tipo de reação, não exatamente racional nem tampouco científica, de um pensamento aqui e acolá arredio à crítica, por ter se ha-

bituado a pôr pontos finais lá onde interrogações, vírgulas, ponto-e-vírgulas e reticências ofereceriam maior garantia na difícil arte de exorcizar o dogmatismo e abrir o terreno à compreensão (Künsch, 2009:64).

Em “Aquém, em e além do conceito” trazia-se então para a roda compreensiva de conversas um dos trabalhos apresentados ao mesmo GT no ano anterior, 2008, assinado por Francisco José Paoliello Pimenta (2008), “Indeterminação; o ‘admirável’; a crescente comunicabilidade”.

Nele, o autor retomava nove dos dez trabalhos selecionados para o mesmo GT da Compós em 2007, argumentando que, “embora sustentados em vertentes de análises bastante diferentes”, esses trabalhos “têm curiosamente em comum suas ênfases relacionadas a fenômenos caracterizados como ‘incertos’, da esfera do ‘sensível’, ‘intuitivos’, ‘subjativos’, marcados pela ‘diversidade’, ‘despercebidos’ e ‘instáveis’” (Pimenta, 2008:1).

A “convergência de posturas epistemológicas” identificada por Pimenta era interpretada por mim, em “Aquém, em e além do conceito”, como reveladora de um grau maior ou menor de insatisfação epistemológica e de cobrança de “uma outra posição interpretativa para o campo da comunicação”, como quer Sodré (2006:13).

Ou, em outras palavras, como crise do conceito e do signo da explicação, reveladora de um movimento em direção a formas menos absolutas e mais compreensivas de entendimento e de interpretação do agir comunicacional, de seus estudos e teorias (Künsch, 2009:67).²

² Numa outra linha analítica segue a proposta de Pimenta em seu trabalho. Para ele, “a categoria semiótica da Primeiridade e o conceito a ela associado de ‘esteticamente admirável’, de Charles S. Peirce, podem ser úteis para entendermos esta convergência de posturas epistemológicas”. A hipótese é de que essas ênfases, diversas, mas convergentes,

Três dos textos retomados por Pimenta eram listados por mim como exemplos, especialmente eloquentes, dessa tese:

- a. “Em meio ao desencanto: a comunicação fundada no pensamento mecânico-funcional”, de Malena Contrera, criticava com força o cartesianismo, o mecanicismo e o funcionalismo que teriam impregnado o conhecimento científico em geral e comunicacional, em particular.

Convidando para uma revisita ao campo da vida – dos vínculos e dos afetos, de que fala Sodré na obra aqui citada –, a autora desafiava as teorias da comunicação a se aproximarem “do terreno incerto e incontrolável da alma humana” (Contrera, 2007:11).

- b. Em “A linguagem como mediação da intuição”, Regina Rossetti argumentava em favor da recuperação, para o discurso, da vitalidade da linguagem das imagens e das metáforas, transcendendo “conceitos rígidos” e/ou “pré-fabricados”, para, com Bergson, se “criar ‘representações flexíveis, móveis, quase fluidas, sempre prontas a se moldarem sobre as formas da intuição’”.

Pensava, para tanto, com Brincourt, “no sentido de uma linguagem capaz de sugerir o ser mais do que dizê-lo” (Rossetti, 2007:13).

- c. Em “Comunicação, disciplinaridade e pensamento complexo”, o terceiro exemplo, Immacolata Lopes, no seguimento das ideias de Morin, defendia a transdisciplinaridade – **com** e **contra** a disciplina –, lembrando que o pensamento da complexidade “incita a distinguir e fazer comunicar, em vez de

“poderiam estar associadas a um mero sentimento de crescente compartilhamento comunicacional, permitido pela atual rede mundial de computadores e sua tecnologia digital” (Pimenta, 2008:11).

isolar e de disjuntar”, e a “dar conta dos caracteres multidimensionais de toda a realidade” (Lopes, 2007:13-14).

Lopes alertava para o risco de a disciplina se converter em doutrina. E, em rápida interlocução com a noção de “fim das certezas” (Prigogine), sustentava que o movimento transdisciplinar “implica uma perda da certeza, quando uma disciplina começa a sentir que não é dona de seu objeto”.

Ainda no seguimento das ideias da autora, a atitude, por mim chamada compreensiva (no sentido de juntar, integrar, abraçar significados, que o termo original latino *comprehendere* evoca), se anuncia, em toda sua força, na proposta do estabelecimento de “relações cada vez mais densas, não somente entre ciências humanas e sociais, mas das ciências com as artes, com a literatura, com a experiência comum, com a intuição, com a imaginação social”.

Lopes precisava: “Não se trata somente de uma interação de discursos em termos de lógicas científicas, mas também da interação de discursos em termos de diversidade de linguagens e escrituras” (Lopes, 2008:15-16).

O diálogo entre saberes plurais (“Onde és terno dizes plural”, aponta Roland Barthes) e a consideração da diversidade de linguagens e escrituras” não se opõem, por certo, ao método e à lógica. Mas abrem consideravelmente os horizontes interpretativos. Compreensivamente:

“A transdisciplinaridade não é o oposto das disciplinas, mas complementar a elas”, diz Lopes, “pois que este novo rumo do conhecimento só tem sido possível com base em toda a riqueza de saberes produzida pelas distintas disciplinas, e é precisamente essa a base que tem permitido e exigido dar um salto à frente e passar para um pensamento transdisciplinar” (Lopes, 2007:15).

O “salto à frente”, que Lopes entende ser “permitido e exigido”, na configuração desse “novo rumo do conhecimento”, se faz do mesmo modo visível em outros momentos da produção do GT. No Encontro da Compós de 2008, por exemplo.

A comunicação dispõe, hoje, de “sólidas promessas de outras, e, talvez, novas propostas científicas”, comemora, de alguma forma, Ferrara. Uma epistemologia renovada, diz ela, se faz possível por meio da superação de “parâmetros tradicionais”. A epistemologia da comunicação necessita de “outros desenhos teóricos na revisão de suas bases tradicionais e outros recursos metodológicos na observação da realidade social e cultural”, resultado da crítica necessária a “certo dogmatismo que impede o exercício vital da ciência” (Ferrara, 2008:1).

Está aí a crítica ao modelo tradicional e a associação direta desse modelo com o vício do dogmatismo. É bem verdade que não se sabe aonde o caminho vai dar, mas é explícito o convite aos peregrinos a se porem a caminho. A autora imagina, inclusive, que sejam “sólidas” as promessas.

A noção de um “exercício vital da ciência”, associada à exigência de “outros desenhos teóricos” e de “outros recursos metodológicos” – noção das mais importantes para Ferrara –, dialoga com a visão de necessidade de uma “outra lógica” na expressão da ciência, lógica essa “não afeita a axiomas e postulados”, como sugere Machado.

Machado (2008:2), sempre no mesmo Encontro Nacional da Compós em 2008, apresenta o ensaio como “possibilidade interpretativa” na construção de conhecimentos, “fora dos limites restritivos do rigor da lógica tal como consagrada pela retórica clássica” (Machado, 2008:2).

A proximidade entre pensamento das duas pesquisadoras se faz ainda mais estreita quando se leva em conta

o que afirma Ferrara (2008:1) sobre o objeto da comunicação, que é, “sobretudo, ambivalente: imprevisível, mas complexo; móvel, mas indeterminado; instigante, mas banal”.

Está posta, pois, a tarefa, ainda continuando com Ferrara (2008:1), de se “pensar uma epistemologia fluida e em constante revisão do postulado de inteireza e totalidade que tem consagrado a ciência ocidental desde o século das Luzes”.

A crítica, nada velada, ao racionalismo e ao pensamento dos universais oferece, portanto, uma ampla base para o diálogo com o crédito que se deve prestar à nobreza do ensaio no campo das múltiplas possibilidades interpretativas, como quer Machado.

Sem abdicar ao “paradigma do rigor”, é possível defender o “vigor de uma linguagem pouco favorável ao rigor da lógica”, mas “muito aberta, contudo, ao diálogo interpretativo” dos diferentes pontos de vida, o que o ensaio, enfim, se não garante, possibilita (Machado, 2008:3-4).

Um Deus perfeito e único.

“Na base dos conceitos de rigor, certeza e verdade científica pode-se identificar uma tradição de pensamento que assume um viés de tipo divino, onipotente”. A tese foi defendida por mim em trabalho apresentado ao mesmo GT da Compós, em seu XIX Encontro Nacional, na PUC-RJ, em junho de 2010.

No aprofundamento da trajetória intelectual do autor por tentar compreender a compreensão nas antessalas e salas da epistemologia da comunicação, o texto traz, como argumento principal, o seguinte:

Pela via da racionalização, essa tradição acaba por aproximar ciência e teologia, verdade e dogma, disciplina e doutrina, remetendo ao limbo do esquecimento

a própria idéia da possibilidade de formas menos avas-
saladoras de produção do conhecimento, mais afetadas ao
diálogo, democráticas, compreensivas (Künsch, 2010:1).

Ocupando-se com alguns momentos salientes des-
sa tradição – de Descartes em direção ao passado, para
uma rápida visita a Parmênides, a Sócrates, a Platão com
sua defesa de um “saber total”, a Plotino e a Santo Agos-
tinho, este último com a percepção de que “mundus est
imundus” –, o artigo tece igualmente a crítica às “preten-
sões universalistas e absolutas do saber, repondo, para
a ciência em geral e a comunicação em particular, uma ati-
tude cognitiva aberta à experiência do coletivo, ao diálogo
entre teorias e à compreensão”.

E o faz, compreensivamente, no sentido do “resgate
do que a cultura científica sempre fez questão de preservar:
o princípio de que não existem pontos finais nem certezas
absolutas na área do conhecimento” (Künsch, 2010:1):

A maior ou menor aproximação cognitiva entre Verdade e
Bem, Alma, Luz, Razão e Deus – qualquer que seja a ar-
quitetura que o discurso termine de fato por assumir [...] – é
tão antiga quanto a história das idéias filosóficas do Ocidente.
Penetrou fortemente o pensamento filosófico e teológico.
Serviu como base para a afirmação categórica da existência
de Deus – um Deus único, tal como a verdade – e ajudou
a moldar a mais nobre herança científica, essa que Pondé
(2007:A3) chama de “supremo fetiche da modernidade”,
“seu senso comum científico, normalmente dotado de gran-
de carga emocional e dogmática” (Künsch, 2010:3).

“Talvez o mais odiável, no dogmatismo, seja identi-
ficar sua presença e ação perversas exatamente lá, onde se
afirma a pretensão de negar um estatuto à sua existência.”

O comentário, feito oralmente pelo autor, posicio-
na-se respeitosa e frente à questão, levantada por um

dos interlocutores do GT, do dogmatismo da crítica ao dogmatismo, assente, segundo essa visão, em “Do conceito de um Deus perfeito e único a teorias que não dialogam”.

No mesmo percurso argumentativo interrogava-se ao autor se não haveria brechas, pelo menos, para um *habeas corpus* para o conceito.

A compreensão impõe que se prestem as mais elevadas honras à crítica, sem tentar escapar de fininho ao apelo de se compreender as razões do outro. Nessa linha, o texto que aqui se propõe parece ter deixado suficientemente claro que o pedido de um *habeas corpus* para o conceito é não só pertinente, como contribui à sua maneira para o entendimento e a experiência da própria ideia de uma atitude cognitiva compreensiva.

Por outro lado, não é o caso de se pensar rapidamente que tenha sido resolvido dessa forma o problema, nem tampouco de se assustar com a acusação de dogmatismo. Talvez seja bom escutar, sem pré-juízos e em silêncio, o que pensa Schopenhauer sobre a arte da disputa – ou dialética, em sua concepção –, quando ele diz que “a verdade objetiva de uma proposição e sua validade na aprovação dos litigantes e ouvintes são duas coisas distintas”.

Estigmatizado por certa tradição de pensamento com o selo maldito de pessimista incurável, Schopenhauer (2009:3-4), em *A arte de ter razão*, merece ser ouvido com reverência quando ousa propor que se reflita sobre o tema da “maldade natural do gênero humano”: “Se ela não existisse, se fôssemos inteiramente honestos, em todo debate visaríamos apenas a trazer a verdade à luz [...].Se fosse assim, cada um deveria meramente esforçar-se para julgar apenas de modo justo: portanto, deveria primeiro pensar e depois falar”.

A arrogância, como de resto é sabido, não convém.

O mal mais visível de todo pensamento dualista é exatamente o de dividir as ideias, rigorosamente, entre certas e erradas, como divide a realidade e as pessoas numa lista enorme de pares antagônicos.

Defende-se, nesse modelo de pensamento, a hierarquia dos desiguais, numa atitude diametralmente oposta à do cultivo da ideia de uma sinfonia dos diferentes.

“Humanos e não máquinas” (Charlie Chaplin, no discurso final em *O grande ditador*), limitados e não divinos, revelamos mais facilidade em ceder aos impulsos da “lógica arrasadora da guerra”, que impregna e corrompe o pensamento (Restrepo), que ao virtuoso conselho de “primeiro pensar e depois falar” (Schopenhauer).

A aposta na compreensão constitui, de fato, um desafio dos maiores. Quase, talvez, um salto no escuro.

Haverá garantias?

“Não há valores automáticos na conversação”, expõe José Luiz Braga em comentário crítico ao texto de Künsch. “Tudo depende de como os conversadores encaminham sua interação. A questão mais geral seria: que exigências fazer, que critérios estabelecer para que se possam assegurar produtivas as trocas propostas?”

Mais: “Há sempre o risco, na conversação, da prevalência do argumento da autoridade – que nos faz regredir, não raramente, para circunstâncias pré-cartesianas. Como evitar essa prevalência?” (Braga, 2010:3).

É impossível não ceder à inteligência dessa observação. Como também a essa outra: “Não podemos desconhecer que há limites nas convergências possíveis; e que hipóteses e interpretações concorrentes podem não ser igualmente plausíveis.”

Ou, ainda, ao argumento de que existe outro lado do diálogo, “que não é nem pode ser apenas agregador e de convergência, mas se faz também de embate, de ten-

sionamento, de processo agonístico entre as diferenças” (Braga, 2010:3-4).

Cada uma dessas observações está em condições de reunir, por certo, uma leva imensa de bons argumentos em favor da criação de condições objetivas para o jogo dialógico. Um jogo cujos resultados não estão dados, uma luta tantas vezes inglória.

As teorias da deliberação, hoje de novo em ascensão em tempo de redes as mais diversas, de cunho sobretudo tecnológico, atestam esse fato. Serve o exemplo, dos mais eloquentes, da teoria da ação comunicativa de Jürgen Habermas. Sodré (2006:) lembra, porém, que Habermas, “mesmo distante dos essencialismos mentalistas e naturalistas, [...] ainda se atém a uma essência, a razão iluminista, supostamente capaz de sustentar o conhecimento da sociedade e do homem”:

Mais ainda: dela poderia advir a realização, sempre obstaculizada, de ideais constantes do projeto civilizatório da modernidade, como os de igualdade e liberdade. Para isso, Habermas ataca o paradigma cartesiano do sujeito da consciência e vai assentar a racionalidade numa lógica da intersubjetividade, preconizando uma ética do discurso, que deveria ser capaz de responder à pergunta sobre as fontes da normatividade e estabelecer as condições para a compreensão mútua (Sodré, 2006:54-55).

A compreensão que essa “ética do discurso” propõe, fundada numa intersubjetividade cuja garantia de autenticidade se funda na razão e na lógica, como afirma ainda Sodré (2006:55), prescinde “de qualquer apelo à dimensão sensível”, não se detendo “sobre nenhuma intimidade intersubjetiva de natureza afetiva”.

Sem *pathos*, portanto.

Pensemos, pelo menos por um instante, de modo diverso. Ou complementar.

Recuperando, sem absolutizá-los ou ontologizá-los, os “poderosos dispositivos do afeto”, com cuja discussão se iniciou este texto, fuja, nem que seja por um instante, da ideia de que seja vital para o diálogo o estabelecimento de normas e de regras. Com o foco desviado para o apelo à ternura (Restrepo), que abre espaço para a “intimidade intersubjetiva de natureza afetiva” (Sodré), pode-se aventurar a aposta na humanização possível das relações entre as pessoas. Ouçamos Morin (2000:99-100), novamente:

A ética da compreensão é a arte de viver que nos demanda, em primeiro lugar, compreender de modo desinteressado. Demanda grande esforço, pois não se pode esperar nenhuma reciprocidade [...] A ética da compreensão pede que se compreenda a incompreensão.

O autor acrescenta, no mesmo trecho de sua obra: “Se soubermos compreender antes de condenar, estaremos no caminho da humanização das relações humanas”. Porque, reconhecendo-nos “todos seres frágeis, frágeis, insuficientes, carentes [...]”, poderemos descobrir que todos necessitamos de mútua compreensão”.

Pode servir talvez como auxílio, nessa tarefa, o recurso àquilo para o que chama a atenção o senso comum quando ensina que “conversando a gente se entende”.

O adágio está longe de poder ser lido com o olhar argüidor da razão e do método, uma vez que, tantas vezes, nem entendimento há. Mas subsiste aí um apelo ao afeto e à não-violência, que pode revelar uma reserva de sanidade útil e interessante, num mundo desde sempre acossado pelas violências com e sem sangue, tanto quanto, por outro lado, acostumado a sonhar com o impossível.

A área da comunicação, com suas promessas, sem precisar assumir um caráter soteriológico, salvacionista,

bem que poderia ser pensada como espaço da compreensão, da cidadania, do entendimento.

Na linha compreensiva do menos “portanto” e mais “talvez”, pode-se encontrar nesse tipo de intencionalidade uma chance de aproximação entre saber e sabedoria.

Trata-se (quase) de um ato de fé, esperança e utopia, que, aliás, também movem a vida.

Como podem mover, igualmente, o esforço interpretativo e as linguagens múltiplas em que esse labor cognitivo ousa se expressar.

Referências

- BRAGA, José Luiz. “Relato sobre o artigo ‘Do conceito de um Deus perfeito e único a teorias que não dialogam’, de Dimas Künsch”. Apresentado ao GT “Epistemologia da Comunicação” do XIX Encontro da Compós, no Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010. (“Para uma epistemologia do diálogo”. In: BUITONI, D. e CHIACHIRI, R. [Orgs.]. *Comunicação, cultura de rede e jornalismo*. São Paulo: Almedina, 2012, p. 107-111).
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BUBER, Martin. *Do diálogo e do dialógico*. São Paulo: Perspectiva, 1982.
- BUBER, Martin. *Eu e tu*. 8ª edição. São Paulo: Centauro, 2004.
- CONTRERA, Malena. “Em meio ao desencanto: a comunicação fundada no pensamento mecânico-funcional”. Trabalho apresentado ao GT “Epistemologia da Comunicação” do XVI Encontro da Compós, em Curitiba, PR, em junho de 2007.
- FERRARA, Lucrécia. “Radical indeterminação: epistemologia e objeto científico da comunicação”. Trabalho apresentado ao GT “Epistemologia da Comunicação” do XVII Encontro da Compós, em São Paulo, SP, em junho de 2008.
- KÜNSCH, Dimas A. “A quem, em e além do conceito: comunicação, epistemologia e compreensão”. Trabalho apresentado ao GT “Epistemologia da Comunicação” do XVIII Encontro da Compós, em Belo Horizonte, MG, em junho de 2009. *Revista Famecos*, n. 39, agosto de 2009, p. 63-69.

KÜNSCH, Dimas A. "Do conceito de um Deus perfeito e único a teorias que não dialogam: comunicação, epistemologia e compreensão". Trabalho apresentado ao GT "Epistemologia da Comunicação" do XIX Encontro da Compós, no Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010. ("Do conceito de um Deus perfeito e único a teorias que não dialogam: comunicação, epistemologia e compreensão". In: BUITONI, D. e CHIACHIRI, R. [Orgs.]. *Comunicação, cultura de rede e jornalismo*. São Paulo: Almedina, 2012, p. 91-105).

KÜNSCH, Dimas A. "Teoria compreensiva da comunicação". In: KUNSCH, Dimas A. e BARROS, Laan Mendes de (Orgs.). *Comunicação: saber, arte ou ciência? Questões de teoria e epistemologia*. São Paulo: Plêiade, 2008, p.173-199.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. "Comunicação, disciplinaridade e pensamento complexo". Trabalho apresentado ao GT "Epistemologia da Comunicação" do XVI Encontro da Compós, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

MACHADO, Irene. "Controvérsias sobre a cientificidade da linguagem". Trabalho apresentado ao GT "Epistemologia da Comunicação" do XVII Encontro da Compós, em São Paulo, SP, em junho de 2008.

MAFFESOLI, Michel. *Elogio da razão sensível*. 3ª edição. Petrópolis: Vozes, 1998.

MEDINA, Cremilda. *O signo da relação: comunicação e pedagogia dos afetos*. São Paulo: Paulus, 2006.

MORIN, Edgar. *O problema epistemológico da complexidade*. Mem Martins: Publicações Europa-América, 1984.

MORIN, Edgar. *Os meus demônios*. Mem Martins: Publicações Europa-América, 1995.

MORIN, Edgar. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. 2ª edição. São Paulo: Cortez; Brasília: Unesco, 2000.

PESSANHA, José Américo Motta. "As delícias do jardim". In: NOVAES, Adauto (Org.). *Ética*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992, p. 57-85.

PIMENTA, Francisco José Paoliello. "Indeterminação; o 'admirável'; a crescente comunicabilidade". Trabalho apresentado ao GT "Epistemologia da Comunicação" do XVII Encontro da Compós, em São Paulo, SP, em junho de 2008.

ROSSETI, Regina. "A linguagem como mediação da intuição".

Trabalho apresentado ao GT “Epistemologia da Comunicação” do XVI Encontro da Compós, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

SCHOPENHAUER, Arthur. *A arte de ter razão*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

Para ler Vilém Flusser¹

José Eugenio de O. Menezes

Este artigo pretende mostrar o desenvolvimento das contribuições de Vilém Flusser (1920-1991) para a compreensão dos processos mediáticos contemporâneos, ou seja, da chamada cultura dos media ou cultura de redes. O mapa das obras de Flusser disponíveis no Brasil facilita o contato com seus primeiros breves ensaios publicados em jornais brasileiros e depois reunidos em livros. Em seguida, oferece subsídios para a continuidade dos debates a respeito das imagens, dos media, dos processos de comunicação e dos aparatos de comunicação, temas com os quais Flusser trabalhou na fase madura de sua vida.

Entre os diversos caminhos para o acesso a um autor e/ou sua obra destaca-se a leitura de sua autobiografia. O contato com *Bodenlos: uma autobiografia filosófica*, de Vilém Flusser, permite o acesso ao universo dialógico no qual viveu o filósofo tcheco naturalizado brasileiro que, fugindo da invasão nazista, deixou sua cidade natal – Praga – com a família de sua namorada Edith Barth e viveu no

¹ Publicado originalmente na revista *Líbero*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Cásper Líbero (ano XIII, n. 25, junho 2010, p. 19-30).

Brasil de 1940 a 1972. No prefácio da edição brasileira Gustavo Bernardo, professor de Teoria Literária da UERJ, traduz a palavra alemã *Bodenlos* como “sem chão” ou “sem fundamento”, lembrando que Flusser “assume sua condição de eterno migrante, de sujeito desenraizado; tanto de pátrias quanto de quaisquer sistemas” (Bernardo in Flusser, 2007:10).

Para Norval Baitello, professor da Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/SP, Flusser é um dos pensadores que permitem a compreensão dos processos de comunicação em uma ótica culturalista. Flusser reflete em sintonia com uma corrente de estudos marcada por pesquisadores como o historiador da arte Aby Warburg (1886-1929), o jornalista e depois teórico dos media Harry Pross (1923-2010), o filósofo e sociólogo Dietmar Kamper (1936-2001) e o historiador da arte Hans Belting (1935).

Língua e realidade

A primeira obra de Flusser, publicada em 1963 pela Editora Herder e em 2004 pela Annablume, foi dedicada ao tema da linguagem. Língua e realidade está dividida em um prólogo, quatro partes e uma conclusão. As quatro partes praticamente explicitam todo o sentido dos propósitos teóricos do autor: a língua é a realidade; a língua forma a realidade; a língua cria realidade e a língua propaga a realidade.

Na primeira parte o autor enfatiza que pretende investigar como “a realidade dos dados brutos é apreendida e compreendida por nós em forma de língua. Essa posição é radical, já que, se for aceita, a realidade em si dos dados brutos se torna inacessível e, neste sentido, vazia” (Flusser, 2004:82). Na argumentação da primeira parte, “A língua é a realidade”, o autor mostra que a correspondência entre língua e realidade é inarticulável, que o conhecedor é

produto e produtor da língua, que as múltiplas línguas representam diferentes cosmos e que o políglotismo é um método para se ultrapassar os limites de uma língua e da visão de mundo que ela expressa.

Na segunda parte, intitulada “A língua forma realidade”, Flusser lembra que o filósofo austríaco Ludwig Wittgenstein (1889-1951) define a filosofia como “um conjunto de contusões que o intelecto acumulou ao chocar-se contra os limites da língua”. Lembra que Wittgenstein fala em língua “como se existisse uma única, nunca considera a pluralidade das línguas” (2004:85). Em seguida, mostra que “cada língua é o mundo inteiro, e diferente de toda outra língua” (2004:128).

No terceiro capítulo, denominado “A língua cria realidade”, Flusser argumenta que realidade e conhecimento são “categorias da língua que variam de língua para língua”.

No quarto capítulo, “A língua propaga a realidade”, o autor mostra que a natureza é uma consequência da conversação, lembra que “aquilo que chamamos de fenômenos naturais, as pedras, as estrelas, a chuva, as árvores, a fome, são fenômenos reais, porque são conceitos, palavras. As relações entre os fenômenos são reais, porque formam pensamentos, frases” (2004:190).

O autor conclui mostrando que o propósito da obra era incentivar o processo de conversação, que pretende “mergulhar este trabalho no grande rio da conversação para que seja levado pela correnteza da realização até o oceano do indizível” (2004:203).

A história do diabo

O primeiro livro de Flusser, com o título *A história do diabo*, foi escrito antes de *Língua e realidade*, mas publicado apenas em 1965. *A história do diabo*, redigido

em alemão entre 1956 e 1957, não encontrou acolhida de editoras alemãs e foi traduzido para o português pelo próprio autor. Publicado pela Livraria Martins Fontes (1965) e depois pela Annablume (2005), a obra parodia textos bíblicos e aborda temas recorrentes no imaginário ocidental: luxúria, ira, gula, inveja, avareza, soberba, a preguiça e a tristeza do coração.

Em uma resenha publicada na revista *Comunicare*, Mônica Maria Martins de Souza, doutora em Comunicação e Semiótica e professora da Faculdade Anchieta, destaca que “Flusser considera que escrever sobre o diabo é embrenhar-se em confusão ética, portanto, pecar, mas não escrever é tornar-se autoconsciente disso. Refletir a respeito é deparar-se com a dúvida, a essência do homem. Viver é lançar-se ao inferno, tão ou mais prazeroso que os céus” (2004:174). Mônica Martins de Souza lembra que:

Através de cenários, de imagens e da discussão a respeito das imagens, Flusser oferece uma grande contribuição à teoria da mídia, tratada a partir da concepção das relações espaciais, a partir da criação de vínculos. Lembra do mito do início e do tempo como dimensão do espaço. No início, o Senhor deu a corda, de onde se desenrolaram o céu e a terra. Quando ela desenrolasse inteiramente, o início estaria findo. Sendo isso obscuro, e na obscuridade, o significado se esconde e se revela, criaram-se céu e terra, espaço e tempo. Então, Deus arancou um pedaço do ser em si e o mergulhou na correnteza do tempo. A identidade entre o tempo e o diabo torna-se, então, o princípio do progresso, transformação da realidade em irrealidade (Martins, 2004:174).

Ao comentar esta obra de Flusser, no artigo “Os elementos pós-modernos na obra brasileira de Vilém Flusser”, a pesquisadora tcheca Eva Batlickova mostra que o

autor “logicamente, mas de maneira incomum, liga Deus com tudo que se encontra fora do tempo e com tudo que é individual”. Por outro lado, mostra que “o Diabo desempenha o papel do construtor da história, porque, em contraste com Deus, passou a existir a partir de um determinado momento e assim tem uma história” (Batlickova, 2004).

Dentre os temas de A história do diabo encontra-se um questionamento ao nacionalismo. “O nacionalismo é uma máscara romântica da luxúria que conseguiu enganar a inibição e penetrou, assim disfarçada, a superfície dos acontecimentos”. E o autor ainda acrescenta que o nacionalismo é uma das vitórias mais impressionantes do diabo pelo fato de ter “todas as características diabólicas em grau elevado” (2005:85).

No livro destaca-se também a diferença cara ao autor entre conversação e conversa fiada, quando lembra que “as palavras, que na conversação autêntica são conceitos, transformam-se, na conversa fiada, em preconceitos” (2005:153).

Da religiosidade

Publicado originalmente pela Imprensa Oficial para a Comissão Estadual de Cultura do Estado de São Paulo, em 1967, a última edição de Da religiosidade recebeu um acréscimo em seu título na publicação da Editora Escrituras (2002): Da religiosidade: a literatura e o senso de realidade.

Da religiosidade reúne dezessete ensaios. Onze deles publicados no “Suplemento Literário” do jornal O Estado de S. Paulo, bem como outros textos publicados na Revista Brasileira de Filosofia, na Revista do Instituto Tecnológico da Aeronáutica, na Revista Comentário, na Diálogo e também um artigo publicado na Revista Brasileira de Cultura, editada em Madrid.

A literatura, para Flusser, é “o lugar no qual se articula o senso de realidade. E senso de realidade é, sob certos aspectos, sinônimo de religiosidade” (Flusser, 2002: 13). O autor, depois de observar que “senso de realidade” é sinônimo de “religiosidade”, acrescenta:

Real é aquilo no qual acreditamos. Durante a época pré-cristã o real era a natureza, e as religiões pré-cristãs acreditam nas forças da natureza que divinizam. Durante a Idade Média o real era o transcendente, que é o Deus do cristianismo. Mas a partir do século XV o real se problematiza. A natureza é posta em dúvida, perde-se a fé no transcendente. Com efeito, nossa situação é caracterizada pela sensação do irreal e pela procura de um senso novo de realidade. Portanto, pela procura de uma nova religiosidade. Esse o tema dos ensaios escolhidos (Flusser, 2002:13).

Neste livro destaca-se um artigo denominado “O funcionário”, no qual aborda o tema da liberdade, considerando que aqueles que trabalham com aparelhos, os funcionários, agem em função dos aparelhos e não podem escolher. Este tema fundamental, depois desenvolvido por Flusser em *A filosofia da caixa preta*, continua instigando as pesquisas a respeito da liberdade no contexto das redes de computadores.

Natural:mente

Publicado em 1979 pela Livraria Duas Cidades, o livro *Natural:mente*: vários acessos ao significado da natureza reúne um conjunto de ensaios que Flusser escreveu para diversas revistas brasileiras, americanas, alemãs, francesas e especialmente para o “Suplemento Literário” do jornal *O Estado de S. Paulo*. Os ensaios, redigidos a partir da observação de paisagens europeias e publicados pela primeira vez em Paris, apresentam títulos em forma de

“guia turístico”: caminhos, vales, pássaros, chuva, o cedro no parque, vacas, grama, dedos, a lua, montanhas, a falsa primavera, prados, ventos, maravilhas, botões, neblina e natural:mente.

No último ensaio de *Natural:mente* o autor indica que o livro pretende “ilustrar como a cultura, longe de libertar o homem da determinação pelas forças da natureza, se constitui em condição determinadora. Portanto, em ‘segunda natureza’” (1979:137).

Na medida em que os ensaios mostram a vacuidade do termo natureza, o autor indica que na verdade escreveu um livro a respeito de filosofia da ciência, da história da ciência ou a respeito de questões epistemológicas. Flusser mostra que a crise da ciência exige uma reformulação radical tanto dos métodos quanto do interesse da mesma pelas coisas. Gustavo Bernardo, ao comentar o livro *Natural:mente*, afirma que o autor propõe a suspensão das principais crenças. De acordo com Bernardo:

A proposta se explicita desde o título ambíguo do seu livro de contos/ensaios, *Natural:mente*. Fala-se “naturalmente”, uma palavra só. Mas o “natural”, propriamente dito, “mente”; é desta constatação que emerge a obra de Flusser. É possível projetar um mapa e consultá-lo para se orientar na paisagem – ou consultar a paisagem para se orientar no mapa. Todavia, quando se trata de tomar decisões, mapas não servem: “Decisões autênticas são absurdas” (Bernardo, 2002:89).

No final da obra Flusser justifica o fato de publicar um volume sobre as paisagens européias no contexto da literatura brasileira. Lembra que o livro “foi escrito por quem viveu a maior parte de sua vida no Brasil e voltou para a Europa natal com mente e sensibilidade fortemente abrasilairadas” (1979:147).

Pós-história

O livro *Pós-história: vinte instantâneos e um modo de usar* foi publicado em 1983 pela Editora Duas Cidades. O livro está organizado em pequenos textos que podem ser lidos em qualquer ordem. O sumário indica um panorama dos temas abordados: modos de usar, o chão que pisamos, nosso céu, nosso programa, nosso trabalho, nosso saber, nossa saúde, nossa comunicação, nosso ritmo, nossa morada, nosso encolhimento, nossa roupa, nossas imagens, nosso jogo, nosso divertimento, nossa espera, nosso receio, nossa embriaguez, nossa escola, nosso relacionamento e, por fim, retorno.

Os leitores devem ter o cuidado de não confundir o título do livro *Pós-história* com os estudos a respeito da *pós-modernidade* na perspectiva da obra *La condition post-moderne*, de Jean-François Lyotard. Pós-história “é um conceito irônico, em contraposição à seriedade patética que cerca o chamado pós-moderno” (Bernardo, 2002:127).

No início da obra, ao apresentar os *Modos de usar*, Flusser explica que o texto não pretende orientar ou instruir o leitor. “O que precisamente não quer é ser consumido. Por isto este ‘modo de usar’ se quer rejeitado depois de lido. O que se pretende é que o leitor faça uso deste texto da maneira que bem entender. Mas que o transforme, preferivelmente, em parte dos diálogos dos quais o leitor participa” (Flusser, 1983:8).

No texto *O chão que pisamos*, o autor mostra que o programa da cultura ocidental contém várias virtualidades, não apenas aparelhos que aniquilam seus funcionários e seus programadores.

Numerosas virtualidades ainda não foram realizadas. Em tal sentido a ‘história do Ocidente’ ainda não acabou, o jogo ocidental continua. [...] O que nos resta é analisarmos o evento Auschwitz em todos os detalhes,

para descobrirmos o projeto fundamental que lá se realizou pela primeira vez, para podermos nutrir a esperança de nos projetarmos fora do projeto. Fora da história do Ocidente. Tal o clima 'pós-histórico' no qual somos chamados a viver doravante (1983:15).

Na avaliação de Gustavo Bernardo (2002:187), foi a história das imagens técnicas que conduziu Vilém Flusser ao conceito de pós-história. Tal concepção de imagens técnicas foi abordada no livro *Filosofia da caixa preta*, quando em um pequeno glossário Flusser distingue a pré-história ou "domínio de idéias, ausência de conceitos; ou domínio de imagens, ausência de textos", a história como "tradução linearmente progressiva de idéias em conceitos, ou de imagens em textos" e, finalmente, a pós-história como "processo circular que retraduz textos em imagens" (2002:77).

O livro *Pós-história* apresenta conceitos-chave para a pesquisa a respeito das redes e dos hiperlinks que marcam a comunicação e a incomunicação na contemporaneidade.

Filosofia da caixa preta

A obra hoje traduzida em quinze países foi publicada originalmente como *Für eine Philosophie der Fotografie* (Göttingen: European Photography, 1983). No Brasil, a versão traduzida pelo próprio autor foi publicada como *Filosofia da caixa preta* (1985). A edição brasileira, pela Editora Relume Dumará, apresenta o título *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia* (2002).

O livro mais conhecido de Flusser apresenta um sumário com os seguintes capítulos: a imagem, a imagem técnica, o aparelho, o gesto de fotografar, a fotografia, a distribuição da fotografia, a recepção da fotografia, o universo fotográfico, a necessidade de uma filosofia da fotografia e, finalmente, glossário para uma futura filosofia da fotografia.

Apesar de Filosofia da caixa preta ter, no Brasil, o subtítulo *Ensaio para uma futura filosofia da fotografia*, a palavra “fotografia” deve ser lida como metonímia, isto é, como uma palavra para designar o universo de imagens mediadas por tecnologias. O autor usa a palavra fotografia como pretexto para compreender o funcionamento das sociedades pós-históricas que trabalham menos com textos e mais com imagens. Na avaliação de Arlindo Machado (2001), professor da USP e da PUC de São Paulo, Flusser estuda a fotografia como modelo para analisar a sociedade das imagens técnicas.

O livro mostra, ainda segundo Machado, que os fotógrafos atuam dentro de duas possibilidades: usar a máquina como um simples funcionário que não conhece os programas do aparelho (caixa preta) ou em uma perspectiva artística que insurge contra o programa e resgata artisticamente a liberdade.

Ao tratar as imagens como “superfícies que pretendem representar algo” (2002:7), o autor está se referindo à subtração de algo, isto é, mostra que a imagem é a principal ferramenta da desmaterialização das coisas e dos corpos. Flusser ainda mostrará, na continuação de suas obras, a diferença entre imagens tradicionais (bidimensionais) e as imagens técnicas (nuldimensionais).

Gustavo Bernardo, para decifrar a noção do “funcionário” que utiliza aparelhos já montados e programados, faz uma relação entre a filósofa alemã Hannah Arendt (1906-1975) e Vilém Flusser.

Hannah Arendt, ao estudar a banalidade do mal, se perguntou como gente insignificante foi transformada pelo aparelho nazista em funcionários poderosos. Flusser tentou olhar o outro lado do problema: gente responsável e culta sendo transformada em funcionários insignificantes que promovem, sem o perceber, males gigantescos, ade-

quados aos aparelhos agigantados que os empregam (Bernardo, 2002:176).

O último capítulo de Filosofia da caixa preta, intitulado “Glossário para uma futura filosofia da fotografia”, apresenta termos como: aparelho: “brinquedo que simula um tipo de pensamento”, fotógrafo: “pessoa que procura inserir na imagem informações não previstas pelo aparelho fotográfico”, funcionário: “pessoa que brinca com aparelho e age em função dele” e imagem: “superfície significativa na qual as idéias se interrelacionam magicamente”.

Os gestos

Em 1991 o autor publicou *Gesten: Versuch einer Phänomenologie* pela editora alemã Bollmann Verlag. A obra, inédita em português, foi traduzida para o espanhol pela Editora Herder em 1994 como *Los gestos: fenomenología y comunicación*.

É interessante observar que esta obra encerra toda uma pesquisa sobre a observação aberta, minuciosa e compreensiva dos gestos mais simples em pleno momento do desenvolvimento da telemática. Assim, *Los gestos*, é uma obra madura que revela que todo caminho percorrido pelo autor foi marcado por uma postura filosófica com metodologia fenomenológica.

No capítulo “O gesto de escrever”² encontra-se um exemplo dessa perspectiva fenomenológica pela qual o pensador deixa-se tocar, abre-se para observar um gesto, descreve-o com uma sensibilidade ímpar:

Para podermos escrever necessitamos – entre outras coisas – dos seguintes fatores: uma superfície (a folha de papel), um instrumento (uma caneta, esferográfica), uns

² Citação traduzida do espanhol por Maria Helena Charro.

signos (letras), uma convenção (o significado das letras), umas regras (a ortografia), um sistema (a gramática), um sistema marcado pelo sistema da língua(um conhecimento semântico da língua em questão), uma mensagem para escrever (as idéias) e a escrita. A complexidade não está tanto na pluralidade dos fatores indispensáveis quanto na sua heterogeneidade (Flusser, 1991:32).

Assim, para o autor, “os gestos são movimentos do corpo que expressam uma intenção” (1991:14). Uma Teoria dos Gestos seria a “disciplina interpretativa (semiológica) das manifestações fenomenais da liberdade”, definiu o autor em uma carta a Celso Lafer, professor de filosofia do direito da USP, em 1975 (Lafer *in* Flusser, 1999:15).

A obra, ainda inédita em língua portuguesa, está organizada, na edição espanhola, em 18 capítulos: gesto y acordamiento, más allá de las máquinas, el gesto de escribir, el gesto de hablar, el gesto de hacer, el gesto de amar, el gesto de destruir, gesto de pintar, el gesto de fotografar, el gesto de filmar, el gesto de darle la vuelta a la máscara, el gesto de plantar, el gesto de afeitar, el gesto de oír música, el gesto de fumar en pipa, el gesto de telefonar, el gesto del vídeo e el gesto de buscar.

Dos gestos descritos por Flusser nasce a necessidade de se aprofundar os processos de percepção a partir, por exemplo, de trabalhos como Fenomenologia da percepção, de Maurice Merleau-Ponty.

Fenomenologia do brasileiro

Publicada na Alemanha pela editora Bollmann Verlag em 1994 e no Brasil em 1998, pela Editora da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, a obra reflete a respeito do Brasil dos “anos 70 para ‘trás’”. Em alemão o título completo da obra é *Brasilien oder die Suche nach dem neuen Menschen: für eine phänomenologie der Unte-*

rentwicklung. Na tradução brasileira realizada pelo próprio Flusser o título é Fenomenologia do brasileiro: em busca de um novo homem.

O autor propõe que o novo homem seja um homo ludens consciente de que joga e de que jogam com ele. Neste contexto, descreve três estratégias de jogo. A estratégia um é a dos que, como os estadunidenses, jogam para vencer, mesmo arriscando a derrota. A estratégia dois é o jogo dos excluídos que jogam para não perder, buscando reduzir os riscos tanto da derrota como da vitória. Já a estratégia três é o jogo dos que jogam para mudar o jogo, atuam com certo distanciamento, como fazem os cientistas. O termo homo ludens integra o título de um livro do historiador medievalista Johan Huizinga: Homo ludens: o jogo como elemento da cultura (1990).

O livro Fenomenologia do brasileiro: em busca de um novo homem está organizado de forma a abordar vários cenários da vida brasileira: em busca de um novo homem, imigração, natureza, defasagem, alienação, miséria, cultura, língua e, finalmente, diagnóstico e prognóstico.

Na avaliação de Maria Helena Varela, da Universidade de Évora (Portugal), “Flusser não se questiona sobre o que é o Brasil, mas sobre o que pode ser o brasileiro, sobre a posse de sua ontologia poi-ética, num processo que começou ao nível lingüístico, e, por isso mesmo, é autêntico, não deliberado”. A pesquisadora enfatiza:

Não há qualquer atitude messiânica do filósofo tcheco em relação ao Brasil. O Brasil é apenas um dos vários lugares (não de muitos) em que surgem sintomas que tornam possível uma esperança. Dialogar com ele, sentir a experiência afetiva de outra língua no colorido metafísico do português brasileiro, na versatilidade tátil de seu significante politicamente incorreto, em ressonância com a oração do

coração e a noite do sensível, seduz o seu [Flusser] espírito fenomenológico, no claro-escuro de uma cumplicidade que insere mas não integra (Varela, 2001:444).

Na obra encontram-se afirmações curiosas como, por exemplo: “O brasileiro é homem do palpite genial, e não do planejamento” (1998:53). Na verdade, Flusser manifesta como o Brasil se apresenta ao imigrante intelectual no último terço do século XX:

Um ambiente que não lhe opõe obstáculo digno de nota, nem incentivo para engajar-se nele. Se quiser viver nesse ambiente como homem livre, deve abrir sua própria picada. Homem livre significa homem que vê sua própria situação de fora, projeta um mapa sobre ela e age de acordo, que dá sentido ao seu ambiente, vive de acordo com este sentido, e assim o transforma num mundo da sua vida. E, para que este sentido dado não seja mera fantasia, procura desvendar a realidade da situação em que vive. Portanto: pronto a alterar-se, a fim de alterar o mundo” (Flusser, 1998:56).

Uma importante revelação dos motivos pelos quais Flusser se interessava pelos fenômenos da comunicação humana está presente neste livro. O autor explicita que reflete sobre os abismos que separam os homens e as pontes que atravessam tais abismos, porque flutua, ele próprio, por cima deles.

Ficções filosóficas

Publicado em 1998 pela Edusp, o livro *Ficções filosóficas* reúne 35 artigos, a introdução da advogada Maria Lília Leão e a apresentação de Milton Vargas, professor da USP. O livro reúne artigos publicados em periódicos brasileiros, cinco traduções de ensaios publicados na Europa e um texto inédito com o título “Pontificar”.

Em uma carta dirigida a Maria Lilia Leão, que introduz o livro com o texto “Flusser e a liberdade de pensar”, Vilém Flusser comenta o título do livro.

Quanto ao título ‘ficção filosófica’: há muito tempo estou com a idéia de que o tratado filosófico (texto alfanumérico sobre) não mais se adequa à situação da cultura; de que os filósofos acadêmicos são gente morta, e que a verdadeira filosofia atual é feita por gente como Fellini, os criadores de clips, ou os que sintetizam imagens. Mas como eu próprio sou prisioneiro do alfabeto, e como sou preso da vertigem filosófica, devo contentar-me em fazer textos que sejam pré-textos para imagens. A maneira de fazê-lo é escrever fábulas, por que o fabuloso é o limite do imaginável. Escrevi e publiquei uma fábula animal, *Vampyrotheutis Infernalis*, sobre a qual Abraham Moles escreveu que inicia método filosófico futuro, e meus ensaios não aparentemente fabulosos, na realidade se querem ficcionais (Flusser apud Leão in Bernardo e Mendes, 2000:18).

Para o leitor brasileiro fica a curiosidade pelo *Vampyrotheutis infernalis* (Flusser e Bec, 1987), citado na carta acima. Trata-se de um monstro criado em colaboração com o ‘biólogo-fantasia’ francês Louis Bec, descrito sobre forma ‘fantasiosamente científica’, que vive isolado nas profundidades oceânicas.

Ainda em *Ficções filosóficas*, destaca-se o ensaio “Hearing aids”, no qual o autor faz uma importante reflexão sobre a relação entre o ouvido e a política; mostra que o ouvido é muito mais político que a vista, que o silêncio é o maior dos luxos, que o engajamento político é um engajamento “em barulho”. Com suas palavras, com a política “... pretende-se harmonizar o barulho. Em alemão ‘voto’ é ‘voz’ (Stimme). Trata-se de harmonizar as esferas. Fazer do barulho concerto (não consenso)” (Flusser, 1998:62).

Na mesma coletânea destaca-se também um instigante texto a respeito da canção *Deixa isso pra lá*, compos-

ta por Edson Menezes e Alberto Paz, e interpretada por Jair Rodrigues:

Deixa que falem, que digam, que pensem; deixe isto pra lá. Eu não estou fazendo nada, você também. Faz mal bater um papo assim gostoso com alguém? Vem pra cá, o que é que tem?

Com o texto intitulado “Deixe isto pra lá”, Flusser analisa a consciência coletiva indicando que a canção revela uma desilusão total com os valores da sociedade, “o abandono desses valores e sua substituição pela inautenticidade do bate-papo” (Flusser, 1998:77-82).

Bodenlos: uma autobiografia filosófica

A obra foi publicada na Alemanha logo após a morte do autor, reunindo textos escritos após sua volta para a Europa, em 1972. No prefácio da edição brasileira (2007), intitulado “A gente de Flusser”, Bernardo explica a preferência do autor pela expressão “a gente no lugar da primeira pessoa do singular, eu, ou do plural de modéstia, nós”, bem como o próprio sobrenome do autor que sugere o fluir de um rio (*Fluss*, em alemão).

A obra está organizada em quatro seções: monólogo, diálogo, discurso e reflexões. Na seção “Monólogo” encontramos oito temas: atestado de falta de fundamento, Praga entre as guerras, a invasão nazista, a Inglaterra sitiada, a guerra em São Paulo, o jogo do suicídio e do Oriente, a natureza brasileira e a língua brasileira. Na seção “Diálogo” apresenta as conversações com Alex Bloch, Milton Vargas, Vicente Ferreira da Silva, Samson Flexor, João Guimarães Rosa, Haroldo de Campos, Dora Ferreira da Silva, José Bueno, Romy Fink, Miguel Reale e Mira Schendel. Na seção “Discurso” apresenta sua leitura da Teoria da Comunicação e da Filosofia da Ciência. Por fim, a seção “Refle-

xões”, explica o que significa habitar a casa na apatridade.

Através do relato dos diálogos com 11 interlocutores, 7 brasileiros e 4 imigrantes (o tcheco Alex Bloch, o artista plástico romeno Samson Flexor, o inglês Romy Fink e a artista plástica suíça Mira Schendel), Flusser mostra que toda construção de sua vida e de sua produção aconteceu na conversação com interlocutores. Pessoas que também buscavam a compreensão do mundo e a justificativa para continuar a viver e a manter um engajamento na contemporaneidade.

A dúvida

O prefácio de Celso Lafer para *A dúvida* (1999) é um texto revelador do percurso filosófico de Flusser, das relações com os interlocutores, das ideias e livros que devorou antropofagicamente, à maneira de Oswald de Andrade. Assim, mostra que o positivismo lógico, com seu formalismo, era insuficiente para dar conta das inquietações filosóficas de Flusser. Observemos, por exemplo, o seguinte excerto:

No trato teórico da língua em *A Dúvida*, estão presentes tanto Carnap e Wittgenstein quanto Heidegger e Sartre. Em Flusser, esta confluência se radica na razão vital, que é, à maneira de Ortega y Gasset, que ele conhecia bem, uma razão de vida na dupla acepção de orientar nossa vida no mundo e orientar-nos no entendimento do mundo através de nossa vida (Lafer in Flusser, 1999:8).

O livro, uma versão ampliada e trabalhada de um artigo chamado “Da dúvida”, publicado em *Da religiosidade* (1967), apresenta os seguintes capítulos: introdução, do intelecto, da frase, do nome, da proximidade, e do sacrifício. Pode-se dizer que a dúvida é o mais espinhoso tema de Flusser, apresentado logo no início deste livro:

A dúvida é um estado de espírito polivalente. Pode significar o fim de uma fé, ou pode significar o começo de outra. Pode ainda, se levada ao extremo, ser vista como “ceticismo”, isto é, como uma espécie de fé invertida. Em dose moderada estimula o pensamento. Em dose excessiva paralisa toda atividade mental. [...] A dúvida, aliada à curiosidade, é o berço da pesquisa, portanto de todo conhecimento sistemático (Flusser, 1999:17).

A perspectiva da dúvida é um importante componente do pensamento de Flusser. Ele tinha a consciência de fazer parte da primeira ou segunda geração “daqueles para os quais a dúvida da dúvida não é mais um passatempo teórico, mas uma situação existencial” (Flusser, 1999:21).

O mundo codificado

Publicado pela Cosac Naif em 2007, *O mundo codificado* reúne um conjunto de artigos sobre comunicação e design. O organizador, Rafael Cardoso, reuniu nesta coletânea alguns textos traduzidos por Raquel Abi-Sâmara a partir da obra alemã Vilem Flusser: vom Stande der Dinge (Göttingen: Seidl Verlag, 1993 e 1997), outros textos traduzidos da coletânea Vilém Flusser: Dinge und Undinge – Phänomenologische Skizzen (Munique/Viena: Carl Hanser Verlag, 1993) e outros traduzidos do alemão a partir de originais datilografados fornecidos pelo Vilém Flusser Archiv. A coletânea, além da introdução de Rafael Cardoso, que chega a apresentar Flusser como um dos maiores pensadores do século XX, conta com três grandes seções: coisas, códigos e construções.

Trata-se de uma obra fundamental para compreender o que pode ser chamado de “período europeu” da vida do autor, pois também reúne textos escritos entre 1973, um ano após o retorno para a Europa, e 1991, ano da sua morte (Menezes, 2009). Este período é marcado pelo re-

conhecimento internacional e pelas inúmeras palestras que proferiu em diferentes países onde era convidado como “filósofo dos novos media” (Bernardo in Flusser, 2007:9). Dentre os textos de *O mundo codificado*, destaca-se “O que é comunicação”, onde distingue comunicação dialógica e comunicação discursiva:

Para produzir informação, os homens trocam diferentes informações disponíveis na esperança de sintetizar uma nova informação. Essa é a forma de comunicação dialógica. Para preservar, manter a informação, os homens compartilham informações existentes na esperança de que elas, assim compartilhadas, possam resistir melhor ao efeito entrópico da natureza. Essa é a forma de comunicação discursiva (Flusser, 2007:97).

O filósofo mostra a importante diferença entre participar de um discurso e participar de um diálogo, considerando especialmente que um dos desafios da contemporaneidade é justamente a “dificuldade de produzir diálogos efetivos, isto é, de trocar informações com o objetivo de adquirir novas informações” (2007:98).

O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade

O elogio da superficialidade era o título do original datilografado em português, publicado no Brasil em 2008 como *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. Composto de 16 capítulos, sendo 15 deles com os títulos expresso através de verbos: abstrair, concretizar, tatear, imaginar, apontar, circular, dispersar, programar, dialogar, brincar, criar, preparar, decidir, dominar, encolher e o último intitulado música de câmera. O autor recomenda, no final da obra, que “este último capítulo pode ser lido como primeiro”. Em síntese, a imagem técnica ou techno-imagem, produzida por aparelhos, é a imagem pós-es-

crita, feita de pontos, grânulos e pixels, não mais de planos ou superfícies.

Neste livro Fusser percorre a história das transformações dos meios de comunicação e elabora o conceito de escalada da abstração, a subtração progressiva das dimensões dos objetos. O conceito é fundamental para a o entendimento das relações entre comunicação tridimensional (o corpo e sua gestualidade), comunicação bidimensional (a imagem), comunicação unidimensional (a escrita, o traço, a linha...) e comunicação nulodimensional (pontos ou números do universo digital, as imagens técnicas). Detalhes a respeito desta questão foram desenvolvidos por Baitello (2003, 2005 e 2010) e Menezes (2008 e 2009).

O estudo é uma importante contribuição para leitura da cultura dos media ou cultura de redes. O elogio da superficialidade antecede e prepara o conjunto de ensaios depois reunidos no livro *Medienkultur* (Cultura dos Media), publicado na Alemanha em 1997 e ainda inédito em língua portuguesa.

A escrita: há futuro para a escrita?

O livro foi redigido entre 1987 e 1989, dois anos antes do autor sofrer um acidente automobilístico e falecer em Praga, em 21 de dezembro de 1991. Em “A alquimia da escrita: a passagem obrigatória das coisas para as não-coisas”, a apresentação da edição brasileira do livro *A escrita: há futuro para a escrita?* (2010), Norval Baitello mostra que a obra é peça-chave para compreensão do pensamento de Flusser.

[...] Como se trata do artifício que transformou a cabeça dos seus criadores e lhes abriu as perspectivas para um novo pensamento, abstrato e de horizontes impensados, a escrita é fundamental passo para se compreender o novo universo abstrato e imaterial dos avanços tecnoló-

gicos, sobre os quais Flusser tanto profetizou (Baitello in Flusser, 2010:19).

No sumário da obra percebe-se a perspectiva metodológica de busca das camadas mais profundas utilizada pelo autor, tal como fazem os pesquisadores das ciências arqueológicas. Após a introdução, o sumário indica os seguintes capítulos: metaescrita, inscrições, sobreescrituras, letras, textos, tipografia, a língua falada, poesia, modos de leitura, decifrações, livros, cartas, jornais, papelarias, esquivinhas, roteiros, (códigos) digitais, transcodificar, subscrita e posfácio.

Ao comentar o fato que o livro teria uma segunda edição Flusser escreveu um posfácio no qual convida os leitores a refletir de maneira dialógica a respeito do ensaio, considerando que este estilo de texto não tem o objetivo de comprovar algo. “Um ensaio é uma tentativa de incitar os outros a refletirem, de levá-los a escrever complementos” (2010:177).

Considerações finais

Os leitores brasileiros recentemente foram brindados com obras que mostram a importância de Flusser: A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia, de Norval Baitello Jr. (2010), Vilém Flusser: uma introdução, de Gustavo Bernardo, Anke Finger e Rainer Guldin (2008) e A época brasileira de Vilém Flusser, de Eva Batlickova (2010).

Ciente que qualquer articulação de tantos ensaios não capta o cenário do pensamento do autor, recordo uma entrevista que realizei, em 29 de julho de 2004, com Suzana Maria de Camargo Ribeiro, ex-aluna de Flusser. De acordo com Suzana Ribeiro, que concluiu o curso de Comunicação com Habilitação Polivalente em 1971, na Faculdade de Hu-

manidades e Comunicações da FAAP, o professor Flusser orientava seus alunos para três formas de aproximação na leitura de um texto: “Primeiro a leitura e absorção pela intuição e emoção, que são muito minhas amigas. Segundo, pelo distanciamento e finalmente pela busca da estrutura do texto”. Assim, convido o leitor a deixar este mapa introdutório e continuar ou começar a ler Flusser com muita calma, seguindo as três orientações que ele mesmo compartilhava com seus alunos ou interlocutores.

Nas investigações sobre os novos ambientes comunicacionais que marcam as práticas vinculadoras que permitem a organização das sociedades e das culturas, nas pesquisas sobre cultura, imagem, mídia, aparatos da comunicação e o próprio processo da comunicação, Flusser é um interlocutor necessário.

Referências

- BAITELLO Jr., Norval. “Publicidade e imagem: a visão e seus excessos”. In: CONTRERA, Malena e HATTORI, Osvaldo (Orgs.). *Publicidade e cia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003, p. 77-82.
- BAITELLO Jr., Norval. “Vilém Flusser e a terceira catástrofe do homem ou as dores do espaço, a fotografia e o vento”. In: KONDO, Kogin e SUGA, Kejiro (Orgs.). *How to talk to photography*. Tokyo: Kokushokankokai, 2005. Disponível em: <www.flusserstudies.net>. Acesso em 10/01/2010.
- BAITELLO Jr. Norval. *A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura*. São Paulo: Hacker, 2005.
- BAITELLO Jr. Norval. *A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia*. São Paulo: Paulus, 2010.
- BATLICKOVA, Eva. “Os elementos pós-modernos na obra brasileira de Vilém Flusser”. *Ghrebh-*, v. 2, n. 6, novembro 2004. Disponível em: <www.revista.cisc.org.br>. Acesso em 05/02/2010.
- BATLICKOVA, Eva. *A época brasileira de Vilém Flusser*. São Paulo: Annablume, 2010.
- BERNARDO, Gustavo e MENDES, Ricardo (Orgs.). *Vilém Flusser no Brasil*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.

- BERNARDO, Gustavo. *A dúvida de Flusser: filosofia e literatura*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2002.
- BERNARDO, Gustavo, FINGER, Anke e GULDIN, Rainer. *Vilém Flusser: uma introdução*. São Paulo: Annablume, 2008.
- CHARRO, Maria Helena. *Gestos: fenomenologia dos corpos*. Monografia de Lato sensu. São Paulo: Cásper Líbero, 2007.
- FLUSSER, Vilém. *Língua e realidade*. São Paulo: Herder, 1963. São Paulo: Annablume, 2004.
- FLUSSER, Vilém. *A história do diabo*. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1965. São Paulo: Annablume, 2005.
- FLUSSER, Vilém. *Da religiosidade*. São Paulo: Comissão Estadual de Cultura, 1967.
- FLUSSER, Vilém. *La force du quotidien*. Tours: Mame, 1973.
- FLUSSER, Vilém. *Natural:mente: vários acessos ao significado da natureza*. São Paulo: Duas Cidades, 1978.
- FLUSSER, Vilém. *Pós-história: vinte instantâneos e um modo de usar*. São Paulo: Duas Cidades, 1983.
- FLUSSER, Vilém e BEC, Louis. *Vampyrotheutis infernalis*. Göttingen: Immatriz Publications, 1987. São Paulo: Annablume, 2011.
- FLUSSER, Vilém. *Los gestos: fenomenología y comunicación*. Barcelona: Herder, 1994.
- FLUSSER, Vilém. *Kommunikologie*. Mannheim: Bollman, 1996.
- FLUSSER, Vilém. *Medienkultur*. Frankfurt/Main: Fischer, 1997.
- FLUSSER, Vilém. *Ficções filosóficas*. São Paulo: Edusp, 1998.
- FLUSSER, Vilém. *Fenomenologia do brasileiro: em busca de um novo homem*. Rio de Janeiro: Eduerj, 1998.
- FLUSSER, Vilém. *A dúvida*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Hucitec, 1985. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002. São Paulo: Annablume, 2011.
- FLUSSER, Vilém. *Da religiosidade: a literatura e o senso de realidade*. São Paulo: Escrituras, 2002.
- FLUSSER, Vilém. *Bodenlos: uma autobiografia filosófica*. São Paulo: Annablume, 2007.
- FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado*. São Paulo: Cosac Naif, 2007.
- FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.
- FLUSSER, Vilém. *A escrita: há futuro para a escrita?* São Paulo: Annablume, 2010.

- HUIZINGA, Johan. *Homo ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- MACHADO, Arlindo. "Repensando Flusser e as imagens técnicas". In: MACHADO, Arlindo. *O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges*. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001, p. 34-55.
- MARCONDES FILHO, Ciro. "A comunicação como caixa preta: propostas e insuficiências de Vilém Flusser". *Em Questão*, v. 12, n. 2, 2006, p. 423-456. Disponível em: <www.seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/136>. Acesso em 10/02/2010.
- MENDES, Ricardo. "Flusser: cronologia certificada". In: *Vilém Flusser: uma história do diabo*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA-USP, 2001. Disponível em: <www.fotoplus.com/download/vfcronologia.doc>. Acesso em 10/02/2010.
- MENEZES, José Eugenio de O. "Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade". *Líbero*, v. 11, n. 21, 2008, p. 111-119. Disponível em: <www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/5403>. Acesso em 15/02/2010.
- MENEZES, José Eugenio de O. "Comunicação, espaço e tempo: Vilém Flusser e os processos de vinculação". *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 6, n. 15, 2009, p.165-182. Disponível em: <revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/186/161>. Acesso em 10/02/2010.
- MENEZES, José Eugenio de O. e MARTINEZ, Monica. "As narrativas da contemporaneidade a partir da relação entre a escalada da abstração de Vilém Flusser e as pinturas rupestres da Serra da Capivara". *Fronteiras – Estudos Midiáticos*, v. 11, n. 2, 2009, p.103-112. Disponível em: <www.fronteiras.unisinos.br/pdf/70.pdf>. Acesso em 10/02/2010.
- SOUZA, Mônica Maria Martins de. "Os vieses dos vínculos humanos". *Communicare*, v. 4, n. 1, 2004, p.173-174.
- VARELA, Maria Helena. "Vilém Flusser e a fenomenologia do pensamento brasileiro". *Revista Brasileira de Filosofia*, v. 51, n. 204, 2001, p. 415-444.

Por um conceito de hegemonia na cibercultura¹

Edilson Cazeloto

Nota introdutória

A noção de hegemonia é invocada em diversos contextos para explicar o exercício do poder nas sociedades. Originária das reflexões de Lênin e Gramsci (Gruppi, 1978:6-48) no contexto do marxismo politicamente militante, a hegemonia foi concebida como um conceito explicativo para a capacidade de direção da sociedade exercida por uma classe específica.

A hegemonia é o poder exercido na cultura e no imaginário. É a construção de consensos em torno de determinadas visões de mundo e axiologias que, embora permaneçam conectadas a grupos sociais determinados, logram ultrapassar seus limites iniciais e estabelecem-se como universais e transparentes, confundindo-se com o "real". Essa "naturalização" induz a colaboração dos dominados na manutenção das relações de dominação (Semeraro, 1999).

¹ Publicado originalmente na revista *Comunicação & Sociedade*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (v. 32, n. 54, julho 2010, p. 149-171).

A compreensão da hegemonia, portanto, está relacionada a uma visão da cultura, o que implica dizer que, no mundo contemporâneo, é necessário levar em consideração o papel preponderante de dois fenômenos que se interpenetram: a midiaticização e a informatização.

Para isso, julgamos apropriada uma ligeira revisão das ideias de Gramsci, assim como a apropriação contemporânea que delas uma dupla de intelectuais teorizaram sobre a hegemonia: o argentino Ernesto Laclau e a belga Chantal Mouffe.

A hegemonia em Gramsci

A forma como Antonio Gramsci construiu suas ideias sobre a hegemonia, principalmente nas páginas dos *Cadernos do cárcere*, tem levantado intensas polêmicas, muitas vezes devotadas a minúcias de interpretação dos textos originais. Não é nossa intenção ingressar neste debate que já toma algumas décadas.² Tentaremos tomar a visão de Gramsci a partir de pontos bastante consensuais entre vários intérpretes, o que, certamente, provocará algum desconforto entre os “especialistas” no tema. De qualquer forma, acreditamos que, para o raciocínio empreendido neste trabalho, uma leitura menos hermenêutica será suficiente para apoiar a argumentação.

A hegemonia, em Gramsci, relaciona-se à direção intelectual e moral exercida por uma classe social sobre o conjunto da sociedade, complementando a pura coerção exercida pela violência, legítima ou não. Compreendemos a hegemonia em Gramsci como a naturalização de uma certa visão de mundo, a qual, embora seja oriunda de

² Além dos *Cadernos do cárcere*, nossa leitura do conceito de hegemonia em Gramsci será baseada, principalmente, na análise realizada por Gruppi (1978).

uma classe específica, é aceita pela sociedade como universalmente válida.

Embora a questão da luta de classes (e a própria viabilidade contemporânea do conceito de “classe”) tenha sido colocada em questão, com pertinência, por autores ligados ao pós-marxismo, o questionamento do *ator social* que conduz a hegemonia não deve colocar em descrédito o processo descrito pelo filósofo italiano. Acreditamos que o núcleo central da teoria hegemônica gramsciniana não depende de uma concepção estrita da “luta de classes”, mas reside na constatação de que apenas a força (ou o potencial de força) é insuficiente para explicar os desníveis de poder no funcionamento “normal” de uma sociedade.³ O ponto central da análise de Gramsci, em nosso entendimento, é a complexa combinação entre coerção e coesão, ou seja, entre o uso (simbólico ou real) da força e a construção de consensos sociais que legitimem o domínio⁴ exercido por um grupo qualquer, sendo que esse consenso se expressa no nível da cultura.

Para o propósito deste trabalho, queremos frisar essa relação entre cultura⁵ e dominação. Subjaz ao pen-

³ O uso da força parece-nos restrito às situações de exceção na maioria dos casos. Pode-se argumentar, no entanto, que a violência policial contra grupos minoritários e a criminalização de movimentos sociais contra-hegemônicos são casos frequentes de apelo à violência estatal que constitui o cotidiano dos países do terceiro mundo. Outra linha de raciocínio, fora das ambições deste texto, seria necessária para analisar esse fenômeno.

⁴ Usaremos a ideia de “domínio” como sinônimo de “direção”, embora Gramsci distinga as duas.

⁵ Estamos conscientes das múltiplas interpretações possíveis para o conceito de “cultura”. Aqui, usaremos este termo para designar um conjunto de representações e valores, socialmente aprendidos pelo indivíduo, que sustentam os juízos e as práticas cotidianas.

samento de Gramsci a ideia de que não pode haver domínio sem a colaboração do dominado, ainda que esta colaboração não se dê de forma deliberada. No processo hegemônico, o dominado consente com a sua dominação, muitas vezes por não percebê-la como tal. Os valores da classe dominante surgem naturalizados nas consciências individuais e no funcionamento das instituições, como se fossem desde sempre universais ou como se não houvesse opções fora dos parâmetros hegemonicamente estabelecidos. O poder da hegemonia está em sua capacidade de produzir consensos na cultura e, portanto, colaboração.

O controle hegemônico em Gramsci equivale, em certa medida, ao controle dos meios de produção e difusão da cultura. Cabem a esses meios a tarefa de “naturalizar” uma certa visão de mundo. Por isso, Gramsci dá tanta ênfase ao papel dos intelectuais, como “funcionários” de uma classe específica designados para construir e disseminar as ideias que possibilitarão o exercício da hegemonia (Beired, 1998).

Assim, para a tarefa de construção da hegemonia *dos trabalhadores*, Gramsci aponta dois caminhos que tomam um corpo expressivo nos seus cadernos: o primeiro é o de uma “escola unitária”, que acabe com a divisão entre “pensar e fazer”, típica do modo de dominação burguês; o segundo, o desenvolvimento de um jornalismo que possua um caráter igualmente pedagógico, porém, voltado à população adulta. O jornalismo, na visão de Gramsci, é uma espécie de “escola permanente”, na qual a população de um país aprende não apenas os fatos cotidianos, mas os valores e o imaginário da cultura dominante. É nesse ponto que podemos perceber, nos *Cadernos do cárcere*, a forma como Gramsci pensa a relação entre mídia e hegemonia.

A pedagogia da mídia

Em seu caderno 24 e em boa quantidade de notas dos chamados “cadernos miscelâneos”, Gramsci dá conta não apenas de uma reflexão sobre o papel do jornalismo na sociedade de sua época, como ensaia um detalhado programa para a constituição de veículos de comunicação que cumprissem o papel “pedagógico” de esclarecimento das massas para combater a hegemonia capitalista (Gramsci, 2006:197-213).

Não é por acaso que Gramsci dedica-se a esta tarefa, simultaneamente teórica e prática. No contexto em que escreveu as notas de seus *Cadernos do cárcere* (a Itália de 1929 a 1935) a imprensa escrita era o principal meio “formador de opiniões” e constituía, portanto, um alvo privilegiado para a análise da esfera cultural e para os interesses contra-hegemônicos. Construir um jornalismo orientado para o interesse dos trabalhadores era, portanto, uma questão estratégica extremamente relevante. Para tanto, seria necessária a articulação racionalmente planejada de todo um grupo intelectual contra a hegemonia capitalista. A formação de intelectuais “orgânicos”, ligados aos trabalhadores, é um caminho para a tomada do poder cultural (como condição e consequência de uma tomada do poder político/econômico) que passaria, necessariamente, pelas redações dos jornais e das revistas.

Entendemos que Gramsci pensa aqui uma analogia com a tomada dos meios de produção, preconizada pelos marxistas revolucionários: não basta tomar a fábrica se os trabalhadores (mais precisamente, se os intelectuais organicamente ligados aos trabalhadores) não tomarem os meios de produção (e difusão) da cultura. Aliás, alguns analistas afirmam que, no pensamento de Gramsci, a tomada da cultura deveria preceder a tomada do poder. No vocabulário gramsciano, a “direção” (intelectual e moral)

pode acontecer antes do “domínio” (político e econômico).

Neste raciocínio, está implícita a concepção de que o aparato de produção e circulação cultural é, de alguma forma, uma posição que deve ser conquistada e mantida. Trata-se de tomar e transformar os meios da cultura burguesa e colocá-los ao serviço dos trabalhadores. Assim como o marxismo militante pressupunha uma certa neutralidade política da fábrica,⁶ a visão de hegemonia da Gramsci também considerava que os meios de produção e difusão culturais eram, em si, estruturas inertes, passíveis de uma apropriação estratégica no devir da luta de classes. O alvo dos intelectuais orgânicos da classe trabalhadora deve ser a “consciência coletiva”,⁷ da sociedade e os meios de comunicação aparecem como instrumento do “princípio educativo”.

A hegemonia em Laclau e Mouffe⁸

Acreditamos que a relação entre hegemonia e meios de comunicação se transformou profundamente no decorrer do século XX, com a proliferação e internacionalização dos meios eletrônicos (rádio e televisão), atingindo sua culminância com o advento da Internet. No ambiente contemporâneo, marcado pela proliferação global de canais de TV e emissoras de rádio, bem como pela cacofonia da internet, ainda seria possível pensar, como Gramsci, numa pedagogia midiática a

⁶ Chamamos a atenção para isso em outro momento (Cazeloto, 2007), entre o fordismo e o leninismo. A fábrica era a estrutura fundamental tanto para os regimes de inspiração marxista quanto para as economias centrais do capitalismo. O modelo fabril não era contestado, e, sim, a forma de apropriação da mais-valia produzida.

⁷ O termo vem de Durkheim (1989), mas parece-nos adequado a este contexto.

⁸ Para evitar referências em excesso, indicamos que a maior parte das ideias de Laclau e Mouffe discutidas neste trabalho aparecem em Laclau e Mouffe (2004).

serviço de uma construção contra-hegemônica?

Claro que os monopólios midiáticos não apenas continuam a existir como podem se acentuar, mesmo no aparente caos da internet. Mas a ampliação do número de “emissores possíveis” e a consequente polifonia da rede não pode ser ignorada. A hipótese de uma apropriação totalizante tem que enfrentar essa questão.

Embora se utilizem do termo “hegemonia” e dialoguem com o pensamento de Gramsci, Ernesto Laclau e Chantal Mouffe deslocam o fenômeno para o chamado “campo discursivo”.⁹ Concebida em um momento bem posterior, no qual a civilização mediática já se encontrava praticamente consolidada, a teoria da hegemonia de Laclau e Mouffe não incide mais sobre a questão dos meios de produção e circulação culturais, mas sobre os discursos que são incessantemente construídos e desconstruídos no tecido social.¹⁰ Críticos da noção de “classes sociais”,¹¹ Laclau e Mouffe veem o social (e não mais a sociedade) como um espaço atravessado por projetos antagônicos, oriundos de grupos sociais diversificados. Em certos momentos, um grupo é capaz de produzir uma “cadeia de equivalência”, ou seja, é capaz de fazer coincidir dimensões de seus projetos particulares com os projetos de outros grupos, realizando, assim, uma “articulação” provisória e instável, entre

⁹ Para uma discussão sobre a gênese do conceito de hegemonia, veja-se Laclau (1996).

¹⁰ Não faremos aqui um aprofundamento do conceito de “discurso” em Laclau e Mouffe, mas cabe apontar que este se refere não apenas aos signos colocados em circulação, mas também ao significado socialmente partilhado das ações de indivíduos, grupos e instituições. O discurso é constituído pelo fazer e pelo dizer (Laclau e Mouffe, 1985; Torfing, 1999).

¹¹ Para a posição de Laclau a respeito da questão das classes sociais e da luta de classes ver Laclau (s/d).

interesses distintos. Essa articulação é conquistada discursivamente pela atribuição de um significado instável àquilo que os autores denominam “significante vazio” e, assim, permitir que um grupo abrigue, sob seus interesses particulares, as demandas de outros grupos como se fossem equivalentes. Essa é a essência da hegemonia.

Laclau e Mouffe posicionam o processo de hegemonia transversalmente em relação aos meios de comunicação. A hegemonia é um efeito discursivo (que produz consequências extremamente concretas), mas independe da ação voluntariosa de um sujeito social unitário e autoconsciente, como uma “classe”. No social, as hegemonias (no plural) vêm e vão incessantemente e ninguém pode prever (muito menos determinar) de que forma se manifestarão. Ela não é um objeto externo que pode ser conquistado como em Gramsci, mas uma característica contingente, constituinte do social. Isso não implica que não haja lutas sociais pela construção da hegemonia; quer dizer que, como elemento constituinte provisório, instável e fragmentado, não cabe, no pensamento dos autores, a ideia de uma hegemonia totalizante, que dê um sentido completo ao social (transformando-o em “sociedade”). A hegemonia está dispersa no tempo e no espaço (falaríamos em pequenas hegemonias, contrastando com a hegemonia de Gramsci) e é elemento de fulcral nas disputas entre grupos sociais antagônicos.

Gramsci parte da externalidade dos meios de produção e difusão da cultura e propugna a possibilidade de uma tomada destes meios, convertendo-os aos interesses dos trabalhadores¹². Essa postura parece ganhar um certo sentido se pensarmos que os meios a que ele se refere são relativamente poucos e estranhos ao cotidiano da classe

¹² Veja-se, por exemplo, Simionatto (1998).

operária. É possível pensar em tomá-los porque eles são restritos e constituem uma especialização muito clara na divisão social do trabalho e na cultura.

Laclau e Mouffe já trabalham com a ideia de que discursos dispersos e disseminados no tecido social fazem com que os meios de comunicação, como instituição específica, percam o caráter de monopolizadores dos discursos. Por não aceitar a dicotomia entre atos discursivos e extra-discursivos, os meios de comunicação em Laclau e Mouffe não “pesam” excessivamente na circulação de significantes. Não constituem um ator privilegiado e nem representam o interesse de um grupo específico (que dirá de uma “classe”). Também os meios são atravessados por projetos antagônicos em disputa no social, sendo absolutamente contingente qualquer fixação provisória. Os meios de comunicação podem ter uma posição privilegiada na distribuição de “mensagens”, mas não possuem o monopólio do processo de atribuição de sentido aos “significantes vazios”. Seus efeitos são diluídos no “campo discursivo”.

Hegemonia no ciberespaço

As condições da comunicação na cibercultura parecem reiterar as teses de Laclau e Mouffe, em comparação com a visão de Gramsci. Como tomar o ciberespaço? Como ocupá-lo na guerra de posições e usá-lo de forma pedagógica a serviço da hegemonia de uma classe? Se consideramos a proliferação de vozes produzidas pela internet somos levados a crer que qualquer intenção de fechamento hegemônico é frustrada pela própria polifonia dos meios. A hegemonia continua como um fenômeno válido, mas sua imprevisibilidade não é senão acentuada pelas condições técnicas contemporâneas. Todo discurso pode ser “remixado”, alterado e distorcido pelos discursos contraditórios, parecendo acentuar a contingência apon-

tada por Laclau e Mouffe. O computador não é mais, de forma alguma, um elemento externo que possa ser tomado e “ressignificado” na luta de classes. Ele está de tal forma implicado na quase totalidade das práticas culturais humanas (da religião ao sexo, passando pela economia e pelos vínculos de amizade) que não pode ser considerado como um meio para transformar a cultura: ele é, cada vez mais, o *suporte necessário* da cultura, o suporte privilegiado do cultural, impondo a esse suas normas, ética e valores.

No entanto as duas visões sobre a hegemonia possuem pontos de contato. Ambos concebem os meios de comunicação como tecnologias transparentes, ou seja, como puras estruturas de difusão. Em Gramsci, essas estruturas são “posições” a serem ocupadas pela classe trabalhadora em sua missão pedagógica. Em Laclau e Mouffe, os discursos só podem ser percebidos como equivalentes ou conflitantes se considerarmos que os suportes não impõem nenhum viés, nenhuma influência, nenhum nível de determinação do campo discursivo. Ambos desconsideram a hipótese de que os próprios meios sejam portadores de sentido e de uma lógica inerente que possibilite apenas apropriações específicas, já inscritas em sua própria configuração tecnológica. O problema que tal hipótese levanta é que, numa sociedade em que a mídia estrutura o imaginário e a cultura, o sentido específico do aparato comunicacional termina por impor certas tendências e limites ao que se pode pensar e, principalmente, como se pode pensar o mundo. De um lado, a mídia eletrônica não é mais apenas uma posição a ser tomada; de outro lado, ela não constitui um discurso entre os demais, mas um certo meta-discurso, origem e limite do campo de discursividade.

Esse é o ponto que nos permite vislumbrar a forma específica da hegemonia na cibercultura. Quando levamos

em consideração que o computador vem se tornando o suporte privilegiado do cultural, o que surge não é uma imensa diversidade da qual emerge uma hegemonia provisória, mas uma reiteração técnica que já é, em si, uma forma específica de hegemonia. Todo discurso é possível (assim como seu contrário), desde que ele circule pelas redes telemáticas da cibercultura. As condições (técnicas) de produção e circulação da cultura são cada vez mais homogêneas, privilegiando uma única tecnologia: a informática. A hegemonia, portanto, não está apenas no fechamento provisório do campo discursivo, mas nas condições materiais e técnicas que tornam possíveis os discursos. Na cibercultura, a diversidade dos antagonismos (que nos parece real) é conseguida a partir da homogeneidade dos meios.

A hegemonia hipostasiada

Derivamos do fato empiricamente observável desta universalidade tecnológica sem precedente histórico que a informatização atingiu a ideia de que a cibercultura implica uma nova forma de hegemonia, a qual denominaremos “hegemonia hipostasiada”.

No contexto da cibercultura, a hegemonia hipostasiada manifesta-se na forma como o computador surge como máquina necessária ao conjunto da sociedade, muito embora tenha sido concebida¹³ e desenvolva-se sob crité-

¹³ Fazemos uma diferenciação entre a origem da informática e da microinformática. Embora muito se fale sobre a origem da microinformática nos movimentos contraculturais – veja-se, por exemplo, o já clássico *Comunidades Virtuais*, de Howard Reinghold – não nos parece contraditório afirmar que mesmo a microinformática partilhe de valores oriundos do campo da produção. Será necessário revisitar essa história rastreando ali valores e ideias que possibilitaram essa apropriação da lógica informática por práticas culturais aparentemente contra-hegemônicas.

rios de grupos particulares. O computador tem uma história intimamente conectada ao desenvolvimento do capitalismo: surge como uma máquina voltada à aceleração e ao controle do processo produtivo (Cazeloto, 2007) e, embora se admita a possibilidade de “usos desviantes”, permanece com uma lógica abstrata, racionalizante e quantificante, atendendo e estimulando uma necessidade de performance¹⁴ que se generalizou na cultura.

Como tecnologia hegemônica, o computador tornou-se uma máquina “transparente”, confundida com o “real” da vida cotidiana.¹⁵ O desejo do *chip* como “puro meio”, ou seja, como neutralidade absoluta em relação ao conteúdo processado é manifestação de seu caráter hegemônico. Ao mesmo tempo universal, necessário e invisível, imune ao pensamento crítico e suporte supostamente neutro do discurso (sem ser ele mesmo discursivizável), o *chip* oculta sua lógica e seus valores os quais, em outra ocasião (Cazeloto, 2008), denominamos “a lógica informática”.

Assim, como os discursos hegemônicos de Laclau e Mouffe, o *chip* permite o surgimento de “cadeias de equivalência”. As noções de “performance” e “produtividade” são elementos que atuam como um fechamento de sentido,

¹⁴ Entendemos “performance” como uma forma de obter um certo resultado esperado a partir de um mínimo de tempo, trabalho e recursos. Trata-se uma maneira racional de comparar o emprego de meios necessários a uma finalidade qualquer.

¹⁵ Veja-se, em especial, o desejo contemporâneo pela chamada “computação ubíqua”, pela “computação *senciente*”, pela noção de “realidade aumentada” e pelas pesquisas em “linguagem natural”. Todas essas ideias partilham da noção de um computador de tal forma confundido com a experiência cotidiana ao ponto de perder sua fisicalidade. Não é esse o sonho de todo pensamento hegemônico, o de tornar-se “o mundo”?

atribuindo um valor positivo (desejável) a todas as atividades suportadas pelo computador. Opiniões, ideias, valores e manifestações culturais submetem-se ao critério produtivista da performance, inscrito indelevelmente no código que anima o *chip*.

A performance torna-se um bem em si e descola-se de objetivos éticos, estéticos ou políticos. A página do partido operário surge a um clique do *blog* neonazista ou do sistema online de investimentos na bolsa de valores e, em todos os casos, são avaliados em termos de custo, abrangência, velocidade e outros critérios oriundos da lógica produtiva. No imaginário socialmente construído,¹⁶ os conteúdos equivalem na sua “eficiência”. No computador, os discursos existem em função de sua capacidade de adaptação aos imperativos do *chip*. Hegemonia em estado sólido, o *chip* não é apenas mais um discurso entre outros: é a condição de todos os discursos na cibercultura.

A noção de hegemonia, *lato sensu*, está ligada a dois pontos principais: a) aos valores e ideias aceitos consensualmente (mesmo que o consenso seja instável e disperso, como em Laclau e Mouffe); e b) à colaboração ativa dos dominados em sua dominação. Ausentes essas duas condições, caberia falar talvez em um “monopólio do *chip*”, mas ligá-lo à ideia de hegemonia seria uma extrapolação. O que devemos argumentar, portanto, é que ambas as condições estão presentes na forma como o *chip* se insere na cibercultura e que, portanto, é possível pensar as relações sociais implicadas na universalidade do *chip* como uma forma de hegemonia.

¹⁶ Para uma visão sobre a relação entre imaginário, hegemonia e consenso, ver Moraes (2002).

Consenso e lógica da informática

Ao contrário da célebre fórmula de Alan Turing, nenhuma máquina é “universal”. Pelo menos não no sentido de que ela sirva “para todas as coisas”. O sentido de uma máquina é dado pela posição que ela ocupa na rede das relações sociais. Toda máquina tende a fortalecer certos vínculos em detrimento de outros. Ela é útil em certos contextos ou para certas finalidades e, normalmente, esses usos e finalidades estão inscritos nas próprias características técnicas da máquina.

Vale aqui um exemplo anterior ao processo de informatização da sociedade para sublinhar o argumento: uma antiga máquina de escrever nunca foi uma máquina para escrever “qualquer coisa”. Ela tinha como pressupostos a necessidade de velocidade e de padronização da escrita. Para necessidades estéticas ou afetivas e em vários contextos sociais, como os convites de casamento, a datilografia produzia sentidos indesejados, não substituindo a caligrafia. A máquina de escrever adaptava-se a certos contextos e não a todos. Mas, com a informatização, a multiplicidade das aplicações do *chip* parece ter borrado essas fronteiras. O processador de texto produz tipografias válidas para os mais variados contextos (embora permaneça tributário da necessidade de velocidade), o que faz com que ele pareça “universal”.

O fato é que a pretensa universalidade do computador deriva do consenso social e, portanto, de um fechamento hegemônico expresso na necessidade (socialmente construída) de performance e de produtividade. Na verdade, o que é “universal” (entenda-se, o que é consensualmente aceito como necessário e desejável) é a ideia de performance: mais produção, mais velocidade, mais abrangência ao menor custo possível.

Evidentemente, esse desejo de performance não está inscrito no DNA da humanidade. Ele foi historicamen-

te construído, principalmente a partir do século XVIII, com a expansão do capitalismo industrial. Em uma interessante pesquisa sobre o trabalho do artesão, Richard Sennett (2009) demonstra como, antes deste período, a produção era subordinada a outros juízos de ordem ética, social e estética. O capitalismo industrial ergueu o critério da produtividade como centro de seu modo de encarar a relação entre homem e mundo. Na cibercultura, esse imaginário produtivista extravasa os limites da economia para se tornar elemento central da cultura.¹⁷

Colaboração: o caso da permacultura

Uma vez assumida como consenso social, a informatização do cotidiano mostra-se como “ponto de fechamento” de uma cadeia de equivalências que engloba um número expressivo de grupos sociais e suas práticas. Mesmo os grupos que, em alguma proporção, consideram-se um foco de resistência à cultura mercadológica do capitalismo acabam sendo seduzidos pelos valores performáticos do computador, sem perceber contradição entre o uso que fazem e a ferramenta que suporta esse uso. Assim, um certo nível de “dissidência” presente nos discursos contra-hegemônicos é despotencializado pela colaboração com a própria lógica produtiva (capitalista) do *chip*.

A colaboração, no entanto, não é percebida pelo grupos, uma vez que sua atenção está na potência da máquina, assumindo sua neutralidade. Para grupos contra-hegemônicos, o computador é apenas um meio barato e eficiente de difusão de ideias, troca de informações, mobilização de redes de apoio ou simplesmente propaganda.

¹⁷ Em parte, esse fenômeno pode ser visto na indistinção entre o cultural e o econômico que vige no mundo contemporâneo (Cazeloto e Prado, 2006).

A performance como valor é substituída pela performance como ferramenta.

A pesquisa que desenvolvemos¹⁸ junto à comunidade de permacultores brasileiros ilustra essa tensão entre colaboração e dissidência, típica de um contexto “hegemônico”. Embora defina seus valores em contraposição à lógica mercantil e em favor da produção e do trabalho livre, criativo e autônomo, os permacultores brasileiros, em geral, fazem um uso intensivo do computador. A comunidade da permacultura foi dividida em dois grupos, tendo como critério principal a intensidade de relação com a própria permacultura. No grupo “A”, encontram-se os permacultores mais ativos. Em geral, vivem em ambientes construídos com técnicas permaculturais e dedicam-se à pesquisa e ao ensino dessas técnicas. São mantenedores de Institutos de permacultura ou de instituições assemelhadas. Já o grupo “B” é composto por simpatizantes e pessoas que, embora possam ter uma boa experiência, dividem seu tempo e interesse entre a prática permacultural e outras profissões. A permacultura, para eles, não é propriamente um “hobby”, mas é ainda uma atividade parcial.

Percebe-se, entre os integrantes mais ativos, uma certa “desconfiança” em relação ao universo da informática, mas que não chega a tomar proporções de uma crítica consciente e fundamentada. Essa desconfiança manifesta-se como uma restrição voluntária: os permacultores ativos passam pouco tempo conectados, não compram *softwares* e dificilmente usam o comércio eletrônico. A internet é usada basicamente para pesquisas, troca de e-mails e divulgação de eventos, além do intenso intercâmbio de informa-

¹⁸ “O uso da comunicação na formação de comunidades contra-hegemônicas”, pesquisa financiada pela Vice-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Paulista (UNIP).

ções técnicas.¹⁹ Já no grupo numericamente mais amplo de entusiastas da permacultura, o computador é visto como uma máquina indispensável e é comum o uso intensivo da Internet. Não há qualquer tipo de restrição e, pelo contrário, o uso da informática surge como ferramenta “necessária” para a prática da permacultura.

A diferença entre os dois grupos situa-se exatamente no campo da visão produtivista de mundo. Enquanto a maior parte dos permacultores ativos do grupo “A” enxergam a permacultura como a expressão de uma ética e de um estilo de vida (contra-hegemônico), no grupo “B” predomina uma visão instrumental: eles se interessam pelas técnicas permaculturais mais que pelos valores que, em tese, norteiam essas técnicas. No grupo “B” prevalece a ideia de que a performance possibilitada pelo computador é desejável e não apresenta nenhuma questão de ordem ética em si. O computador atua como uma extensão da visão tecnicista que o próprio grupo construiu em torno das práticas permaculturais, minimizando sua dimensão contra-hegemônica.

O grupo “B” demonstra claramente o que concebemos como “colaboração”. Embora busquem construir uma identidade “dissidente”, sua prática concreta acaba por reforçar o consenso acerca da universalidade do computador (quando, na verdade, afirmam a universalidade de uma certa visão positiva da produtividade como um fim em si). Eles reafirmam o mito da “neutralidade do chip”, ainda que as características do computador atentem contra princípios fundamentais da própria permacultura (como a simplicidade, a autonomia, o uso de ferramentas de baixa tecnologia etc.). Não percebem a contradição exatamente pelo aspecto hegemônico que se materializa no computador que se tornou capaz de “naturalizar” uma visão específica da necessidade de performance.

¹⁹ Veja-se, por exemplo, o blog da Estação de Permacultura Yvy Porã. Disponível em: <yvypora.wordpress.com>. Acesso em 10/08/2011.

Conclusão

O ambiente da cibercultura instiga uma leitura crítica do conceito de hegemonia. Embora a concepção canônica de Gramsci e a apropriação contemporânea de Laclau e Mouffe indiquem caminhos produtivos para uma compreensão das formas de exercício do poder, parece-nos necessário e pertinente articular a ideia de hegemonia às transformações das sociedades industrializadas, principalmente diante dos fenômenos da midiaticização e informatização generalizadas.

A constatação empiricamente observável da predominância do uso do computador nas mais diversificadas áreas da experiência humana leva-nos à ideia de um consenso social em torno do *chip* como ferramenta necessária e desejável. O fato de que mesmo os grupos que se identificam com uma cultura contra-hegemônica utilizem o computador de maneira acrítica e instrumental é indício de que a informatização construiu socialmente uma capacidade de abrigar em torno de si projetos e interesses antagônicos, graças aos mitos da universalidade e neutralidade que constituem o imaginário acerca do computador.

Nesse processo, as “marcas de origem” e os valores que constituem a lógica informática são apagados, embora, evidentemente, prossigam influenciando as condições concretas das práticas culturais mediadas pelo computador. Esse apagamento é o núcleo do processo de construção de uma hegemonia hipostasiada, ou seja, materializada no próprio suporte físico da cultura.

Conhecer os valores que presidem a lógica informática, como o desejo pela performance abstrata e sem finalidade, é vislumbrar a forma como o computador colabora na manutenção de relações sociais específicas e de modos de dominação que são típicos do mundo contemporâneo.

Referências

- BEIRED, José Luís Bendicho. "A função social dos intelectuais". In: AGGIO, Alberto (Org.). *Gramsci: a vitalidade de um pensamento*. São Paulo: Unesp, 1998, p. 121-132.
- CAZELOTO, Edilson e PRADO, J. L. A. "Valor e comunicação no capitalismo globalizado". *E-Compós*, n. 6, 2006. Disponível em: <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/93/93>. Acesso em 26/06/2010.
- CAZELOTO, Edilson. "Monocultura informática: a voracidade dos chips." *Ghrebh-*, v. 2, n. 14, outubro 2009, p. 95-107. Disponível em: <www.cisc.org.br/revista/ghrebh/index.php/ghrebh/article/view/54>. Acesso em 01/06/2010.
- CAZELOTO, Edilson. "A monocultura informática". *Significação*, v. 29, n. 29, janeiro 2008, p. 98-114.
- CAZELOTO, Edilson. "A velocidade necessária". In: FERRARI, Polyana (Org.). *Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital*. São Paulo: Contexto, 2007, p. 165-180.
- DURKHEIM, Emile. *A divisão do trabalho social*. Volume 1. Lisboa: Presença, 1989.
- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*. Volume 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- GRUPPI, Luciano. *O conceito de hegemonia em Gramsci*. Rio de Janeiro: Graal, 1978.
- LACLAU, Ernesto e MOUFFE, Chantal. *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2004.
- LACLAU, Ernesto. "Poder e representação". *Estudos Sociedade e Agricultura*, n. 7, dezembro 1996, p. 7-28.
- LACLAU, Ernesto. "Os novos movimentos sociais e a pluralidade do social". ANPOCS. Disponível em: <www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_02/rbcs02_04.htm>. Acesso em 25/05/2010.
- MORAES, Dênis de. "Imaginário social e hegemonia cultural". *Gramsci e o Brasil*. Disponível em: <www.acesa.com/gramsci/?page=visualizar&id=297>. Acesso em 25/05/2010.
- SEMERARO, Giovanni. *Gramsci e a sociedade civil: cultura e educação para a democracia*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- SENNETT, Richard. *O artífice*. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- SIMIONATTO, Ivete. "O social e o político no pensamento de Gramsci". In: AGGIO, Alberto (Org.). *Gramsci: a vitalidade de*

um pensamento. São Paulo: Unesp, 1998, p. 37-64.

TORFING, Jacob. *New theories of discourse: Laclau, Mouffe and Žižek*. Oxford: Blackwell, 1999.

Teoria crítica, ideologia e jornalismo na contemporaneidade¹

Cláudio Novaes Pinto Coelho

A questão da ideologia é um dos temas cruciais da teoria crítica, particularmente no que diz respeito à interpretação dos processos comunicacionais. Este texto pretende analisar a abordagem da ideologia feita pela Escola de Frankfurt (corrente teórica identificada com a teoria crítica), procurando compreender a pertinência e os limites dessa abordagem.

Tendo em vista esse objetivo, o texto analisará também o pensamento de Antonio Gramsci, autor vinculado à teoria crítica no sentido mais amplo do termo. Ou seja, dela fazem parte autores cuja principal fonte de inspiração é a obra de Karl Marx. Será investigado se a perspectiva gramsciana pode ou não ser considerada complementar à abordagem frankfurtiana da ideologia. Essa abordagem será buscada principalmente em textos de Adorno, Horkheimer e Marcuse.

¹ Versão revista e modificada do artigo “Teoria crítica e ideologia na comunicação contemporânea: atualidade da Escola de Frankfurt e de Gramsci”, publicado na revista *Líbero*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Cásper Líbero (ano XI, n. 21, junho 2008, p. 79-86).

Fiéis à valorização da história presente no próprio Marx, Adorno e Horkheimer afirmam a existência de mudanças na ideologia tendo em vista a disseminação da lógica capitalista promovida pelo capitalismo monopolista. A constituição da indústria cultural é um elemento fundamental dessa disseminação, sendo responsável pelas mudanças na ideologia.

Segundo Adorno e Horkheimer, no livro *Dialética do esclarecimento*, há um abandono da lógica argumentativa como princípio básico da ideologia que procurava justificar a existência da sociedade capitalista. A capacidade tecnológica de os veículos da indústria cultural criarem a sua versão da realidade, transformando-a na *realidade*, teria tornado supérflua a lógica argumentativa: o “real” tornou-se ideológico e a ideologia tornou-se real. Rodrigo Duarte, um dos principais comentadores brasileiros de Adorno e Horkheimer, escreve a respeito:

Enquanto nos séculos precedentes a ideologia ocorria principalmente através de *discursos*, de narrativas, sobre como era a realidade e como deveria ser, a partir de inícios do século XX, depois do surgimento de meios cada vez mais realistas de reproduzir e difundir sons e imagens – num processo de desenvolvimento tecnológico que nunca estagnou –, a ideologia passou a ter por objeto o mundo enquanto tal, ou seja, as palavras se tornam supérfluas pois o que se quer fazer passar por verdadeiro pode ser *mostrado*, num processo em que a “divindade do real” é garantida por sua mera repetição (Duarte, 2002:44-45).

Adorno e Horkheimer argumentam que a ideologia está cada vez mais esvaziada de sentido, reduzida a uma linguagem operacional, voltada para os fins concretos da venda de produtos. Chamam atenção, ainda, para o fato de que a redução da ideologia à publicidade não significou o seu enfraquecimento. Nas palavras dos autores:

A palavra que não é simples meio para algum fim parece destituída de sentido, e as outras parecem simples ficção, inverdade. Os juízos de valor são percebidos ou como publicidade ou como conversa fiada. A ideologia reduzida a um discurso vago e descompromissado nem por isso se torna mais transparente e, tampouco, mais fraca. Justamente sua vagueza, a aversão quase científica a fixar-se em qualquer coisa que não se deixe verificar, funciona como instrumento da dominação. Ela se converte na proclamação enfática e sistemática do existente. (...) A nova ideologia tem por objeto o mundo enquanto tal. Ela recorre ao culto do fato, limitando-se a elevar – graças a uma representação tão precisa quanto possível – a existência ruim ao reino dos fatos (Adorno e Horkheimer, 1985:138).

A teoria crítica e o “fim da ideologia”

Nada mais distante de Adorno e Horkheimer do que o argumento sobre o fim das ideologias, tão divulgado a partir da década de 1950 e retomado com muita força desde a década de 1990. Um dos principais responsáveis pela ideia do fim da ideologia foi o sociólogo norte-americano Daniel Bell, com o livro *The end of ideology*, lançado pela primeira vez em 1960 e que reúne artigos publicados durante a década de 1950. Aqui, utilizo a segunda edição do livro de 2001, na qual há uma apresentação nova e um posfácio, escrito em 1988.

Para Daniel Bell, a sociedade é dividida em três dimensões autônomas (técnica-econômica, política e cultural). Ele rejeita as abordagens holísticas, voltadas para a compreensão da vida social como uma totalidade:

Contra a perspectiva holística, meu pensamento sobre a sociedade baseia-se na suposição de uma separação entre a cultura e a estrutura social. Uma perspectiva funcionalista ou marxista vê ambas como integradas, com o sistema de valores regulando os comportamentos, ou

como uma totalidade na qual a infra-estrutura do mundo material “determina” as ordens política, legal ou cultural. Argumento que estas visões confundem os diferentes ritmos das mudanças nos diferentes níveis da história das sociedades. Mudanças na economia ou tecnologia, desde que são instrumentais, acontecem de forma “linear”, pois há um claro princípio de substituição: se algo novo é eficiente ou mais produtivo, levando em consideração o custo, será utilizado (ainda que os marxistas argumentem que na prática as “relações sociais” de propriedade inibam a expansão das “forças” produtivas). Na cultura, no entanto, não há semelhante princípio de substituição: os portais da cultura tanto são preservados pela tradição quanto são drasticamente abalados pelo sincretismo (Bell, 2001:414).

Bell reduz a ideologia à dimensão política e vê o seu fim como consequência da crise do marxismo na década de 1950, em especial devido às denúncias sobre os crimes do stalinismo. Bell estabelece uma identidade entre ideologia e esquerda:

Na última década observamos uma exaustão das ideologias do século XIX, particularmente do marxismo, como sistemas intelectuais que podiam proclamar como verdade as suas visões de mundo. (...) Enquanto existem “ideologias” de “direita” e de “esquerda” – assim como existem agora “ideologias” do desenvolvimento econômico – o contexto histórico define o uso; e a palavra *ideologia* foi um produto da “esquerda” e ganhou significativa ressonância nesse contexto. E esse foi o foco da minha discussão (Bell, 2001:16-17).²

Adorno e Horkheimer situam a ideologia com base nas suas articulações com a dimensão econômica. O ideo-

² A tradução dos trechos de *The end of ideology* citados no artigo foi feita pelo autor.

lógico e o econômico não são realidades autônomas. Só se pode compreender a ideologia a partir de uma investigação da dimensão econômica. O pleno desenvolvimento do capitalismo monopolista, com a existência do consumo de massas e da mercantilização da cultura, *mudou* a configuração da ideologia, mas não gerou o seu fim, e sim o domínio da publicidade como o seu principal componente.

A articulação entre a dimensão econômica e a ideológica inclui também a dimensão política, pois, para Adorno e Horkheimer, assim como para Marcuse, o triunfo do pensamento operacional, que aconteceu com a plena disseminação da lógica mercantil por intermédio da linguagem publicitária da indústria cultural, é uma forma de dominação. Ou, melhor dizendo, é a *forma* da dominação no capitalismo monopolista completamente desenvolvido.

É a dimensão dialética do esclarecimento, isto é, da razão burguesa, que Bell não compreende. Para Adorno e Horkheimer, a razão burguesa perdeu a sua dimensão crítico-transformadora, reduzindo-se a uma dimensão instrumental e mantenedora da exploração econômica. O conceito frankfurtiano da sociedade administrada não diz respeito apenas ao desenvolvimento da racionalidade econômica, entendida de forma abstrata, como um elemento que pode estar presente em diferentes formas de vida social, como argumenta Daniel Bell no livro *O advento da sociedade pós-industrial*, a sequência de *O fim da ideologia*, publicado originalmente em 1973. Bell separa os aspectos econômicos dos aspectos sociais, inviabilizando a possibilidade de crítica da racionalidade econômica, quer no capitalismo quer no socialismo:

A corporação privada na sociedade capitalista (ou as empresas nas economias socialistas) está destinada a permanecer como a modalidade organizacional mais importante de sociedade até o final deste século. Ten-

do em vista a lógica da firma em ambos os casos – a lógica da racionalidade funcional –, passa a ter menos sentido falar em capitalismo ou socialismo que em modelos “economizantes” ou “sociologizantes”, presentes nos dois sistemas. Cada um deles representa uma resposta “lógica” para uma finalidade diferente. O modelo “economizante” orienta-se para a eficiência funcional e para a administração das coisas (e dos homens tratados como coisas). O modelo “sociologizante” estabelece critérios sociais mais amplos, mas envolve necessariamente a perda de eficiência, a redução da produção e outros prejuízos que sobrevêm à introdução de valores não-econômicos (Bell, 1977:59).

A ciência e o controle social

De acordo com Marcuse, a racionalidade econômica e tecnológica, abordada historicamente dentro do contexto capitalista, é uma forma de controle social, que reduz o ser humano à condição de objeto, esvaziando a sua dimensão de sujeito histórico:

A sociedade se reproduz num crescente conjunto técnico de coisas e relações que inclui a utilização técnica do homem – em outras palavras, a luta pela existência e a exploração do homem e da natureza se tornaram cada vez mais científicas e racionais. O duplo significado de “racionalização” é relevante neste contexto. A gerência científica e a divisão científica do trabalho aumentaram enormemente a produtividade do empreendimento econômico, político e cultural. Resultado: o mais elevado padrão de vida. Ao mesmo tempo e com os mesmos fundamentos, esse empreendimento racional produziu um padrão de mente e comportamento que justificou e absolveu até mesmo as particularidades mais destrutivas e opressivas do empreendimento. A racionalidade e a manipulação técnico-científicas estão fundidas em novas formas de controle social.

(...) A quantificação da natureza, que levou à sua explicação em termos de estruturas matemáticas, separou a realidade de todos os fins inerentes e, conseqüentemen-

te, separou o verdadeiro do bem, a ciência da ética. Independentemente de como a ciência possa agora definir a objetividade da natureza e as inter-relações entre as suas partes, ela não pode concebê-la cientificamente em termos de “causas finais”. E independentemente do quão constitutivo possa ser o papel do objeto como ponto de observação, medição e cálculo, esse objeto não pode desempenhar o seu papel científico como agente ético, estético ou político (Marcuse, 1973:143-144).

Adepto da concepção positivista da ciência, Daniel Bell separa ciência de ideologia e considera os cientistas um grupo social autônomo, diferenciado dos demais grupos sociais, assumindo, assim, uma concepção idealista e idealizada da ciência e dos cientistas:

A comunidade da Ciência é uma instituição única em toda a civilização humana. Não tem ideologia, no sentido de não possuir um conjunto postulado de convicções formais, possuindo, entretanto, um caráter que prescreve implicitamente certas regras de conduta. Não constitui um movimento político a que podemos nos juntar por adesão, porque seus membros são eleitos, embora se possa assumir um compromisso com o intuito de pertencer a ela. Não se trata de uma igreja, na qual o elemento de fé se baseia numa crença e tem suas raízes no mistério, embora fé, paixão e mistério nela estejam presentes, sendo, porém, dirigidos pela busca de um conhecimento comprovado, cuja função consiste em pôr à prova e eliminar velhas convicções. Como quase toda instituição humana, ela tem suas hierarquias e suas escalas de prestígio, mas esta disposição baseia-se unicamente nas realizações e na confirmação pelos membros da mesma categoria, e não em heranças, promoções por idade, força bruta ou manipulação (Bell, 1977:417).

A defesa de Bell da objetividade da ciência enquadra-se na crítica que Marcuse faz do uso da racionalidade para fins de controle social. Representa claramente um

componente da concepção positivista da ciência, como podemos perceber pelos argumentos do sociólogo francês Émile Durkheim, notório discípulo do positivista Auguste Comte, sobre o método científico. No seu trabalho sobre *As regras do método sociológico* ele postula que “a primeira regra e a mais fundamental é a de considerar os fatos sociais como coisas” (Durkheim, 1978:94). Para Durkheim, o método científico é absolutamente objetivo, não se vinculando a qualquer elemento da subjetividade humana e das representações individuais:

Devemos, portanto, considerar os fenômenos sociais em si mesmos, desligados dos sujeitos conscientes que, eventualmente, possam ter as suas representações; é preciso estudá-los de fora, como coisas exteriores, porquanto é nessa qualidade que eles se nos apresentam (Durkheim, 1978:100).

A defesa positivista da objetividade mostra-se em Durkheim, claramente, como uma rejeição da dimensão reflexiva, como se as “coisas” tivessem significado em si mesma, cabendo aos cientistas apenas observá-las na sua pura exterioridade “factual”: “Visto que o exterior das coisas nos é dado pelas sensações, poderemos dizer em resumo: a ciência para ser objetiva, deve partir da sensação e não dos conceitos que se formaram sobre ela” (Durkheim, 1978:108).

O “culto aos fatos”, tão caro a positivistas como Durkheim e Bell, que separam ciência e ideologia, é para os “frankfurtianos” justamente o que caracteriza a nova configuração da ideologia. Não é por acaso que Bell recusa-se a reconhecer o caráter político dos movimentos sociais dos anos 1960, questionadores da razão instrumental. Fiel à redução da razão à razão instrumental que caracteriza o positivismo (pensamento operacional), ele classifica esses movimentos como irracionais, românticos e apenas culturais:

O surgimento do radicalismo nos anos 1960 “derrubou” a tese do fim da ideologia? Acredito que não. O que aconteceu no Ocidente não foi um fenômeno político, mas cultural (e geracional). Se houve um único, simbólico, pronunciamento que definiu esse fenômeno foi o pôster colado na entrada da Sorbonne em maio de 1968, que declarava: “A revolução que está começando questionará não somente a sociedade capitalista, mas a sociedade industrial. A sociedade de consumo deve sofrer uma morte violenta. A sociedade da alienação deve desaparecer da história. Estamos inventando um mundo novo e original” – *Imagination au Pouvoir* (em francês no original). Era um sonho utópico. Mas de um sonho acorda-se ou continua-se num pesadelo. Em toda essa turbulência não havia nenhuma ideia socialista nova, nenhuma ideologia, nenhum programa. O que existia era a explosão de uma aspiração romântica que restabelecia visões pastorais de gerações anteriores. Era uma reação contra a racionalidade, contra a autoridade e a hierarquia, e inclusive contra a cultura (Bell, 2001:432).

A dimensão política da produção intelectual

A oposição ciência/ideologia afirmada pelos positivistas é explicitamente rejeitada por Gramsci:

Na realidade também a ciência é uma superestrutura, uma ideologia. (...) Não obstante todos os esforços dos cientistas, a ciência jamais se apresenta como nua noção objetiva; ela aparece sempre revestida por uma ideologia e, concretamente, a ciência é a união do fato objetivo com uma hipótese, ou sistema de hipóteses, que superam o mero fato objetivo (Gramsci, 1999:175).

Gramsci também se recusa a conceber os cientistas, e os intelectuais de modo geral, como um grupo social autônomo. Para ele, os intelectuais são vinculados aos grupos (classes) sociais:

Todo grupo social, nascendo no terreno originário de uma função essencial no mundo da produção econômi-

ca, cria para si, ao mesmo tempo, organicamente, uma ou mais camadas de intelectuais que lhe dão homogeneidade e consciência da própria função, não apenas no campo econômico, mas também no social e político: o empresário capitalista cria consigo o técnico da indústria, o cientista da economia política, o organizador de uma nova cultura, de um novo direito etc., etc. Deve-se observar o fato de que o empresário representa uma elaboração social superior, já caracterizada por uma certa capacidade dirigente e técnica (isto é, intelectual): ele deve possuir uma certa capacidade técnica, não somente na esfera restrita de sua atividade e de sua iniciativa, mas também em outras esferas, pelo menos nas mais próximas da produção econômica (deve ser um organizador de massa de homens, deve ser um organizador da “confiança” dos que investem em sua empresa, dos compradores de sua mercadoria etc.). Se não todos os empresários, pelo menos uma elite deles deve possuir a capacidade de organizar a sociedade em geral, em todo o seu complexo organismo de serviços, até o organismo estatal, tendo em vista a necessidade de criar as condições mais favoráveis à expansão da própria classe; ou, pelos menos, deve possuir a capacidade de escolher os “prepostos” (empregados especializados) a quem confiar esta atividade organizativa das relações gerais exteriores à empresa (Gramsci, 2000:15-16).

Segundo Gramsci, os intelectuais não são um grupo social autônomo, e o exercício de funções intelectuais não se reduz a esse grupo. Na sociedade capitalista, os membros da classe dominante, os empresários, exercem uma função intelectual indispensável para a organização da sociedade, e do próprio aparato estatal, de acordo com os seus interesses de classe. Assim como os pensadores frankfurtianos, Gramsci articula as dimensões econômica, política e ideológica. Numa comparação com a posição frankfurtiana, pode-se perceber, no entanto, que Gramsci atribui uma importância maior à dimensão política na

sua reflexão sobre a ideologia, como fica evidenciado pelo conceito de hegemonia:

Pode-se fixar dois grandes “planos” superestruturais; o que pode ser chamado de “sociedade civil” (isto é, o conjunto de organismos designados vulgarmente como “privados”) e o da “sociedade política ou Estado”, planos que correspondem, respectivamente, à função de “hegemonia” que o grupo dominante exerce em toda a sociedade e àquela de “domínio direto” ou de comando, que se expressa no Estado e no governo “jurídico”. Estas funções são organizativas e conectivas. Os intelectuais são os “prepostos” do grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social e do governo político (Gramsci, 2000:20-21).

O conceito de hegemonia é decisivo para se compreender a dimensão política da ação ideológica dos profissionais da comunicação. Jornalistas, publicitários e profissionais de relações públicas são produtores de ideologia, e sua atuação é fundamental para o exercício da hegemonia pela classe dominante, já que são seus “prepostos”, auxiliando-a no exercício de funções organizativas, como a conquista da “confiança” dos investidores e compradores de mercadoria no plano caracterizado por Gramsci como hegemonia social. Além disso, agora no plano do domínio direto, esses profissionais também são necessários para se obter o consenso frente às ações governamentais.

Os argumentos dos autores frankfurtianos são indispensáveis para a compreensão das mudanças na ideologia, em especial o predomínio da *forma* publicitária. Também as reflexões de Gramsci são fundamentais para a compreensão da dimensão ideológica do exercício do poder pela classe dominante, em especial as articulações entre a sociedade e o Estado. Considero, portanto, complementares as perspectivas de Adorno/Horkheimer, Marcuse e Gramsci.

O jornalismo contemporâneo e a hegemonia neoliberal

O entendimento dos processos comunicacionais contemporâneos depende de uma compreensão do papel ideológico desempenhado pela publicidade. Mas este entendimento só se realizará de maneira plena se os processos comunicacionais forem situados dentro do contexto da hegemonia ideológica neoliberal.

Em seu livro sobre o jornalismo na contemporaneidade, Leandro Marshall mostra a importância do jornalismo para a hegemonia ideológica neoliberal:

O universo da comunicação está no epicentro dos fenômenos sociais, econômicos e tecnológicos que sacodem a humanidade nessa transição de milênios. A mídia é o canal que veicula e transporta a ideologia da nova era, o neoliberalismo, mas também é alvo desse processo de transformações. O jornalismo, em particular, é a linguagem que codifica e universaliza a cultura hegemônica e legitima a lógica do mercado. Os jornais, telejornais, radiojornais e net-jornais pulverizam os signos e ícones da nova era, desenvolvendo um novo estágio no processo de colonização cultural, mundial, principalmente em relação às nações periféricas. O mercado tornou-se referência e paradigma, liberalizando os dogmas que sustentavam os mitos e ritos. Na verdade, o neoliberalismo transformou o mercado em uma espécie de “totem social”, para onde convergem os anseios e expectativas da sociedade (Marshall, 2003:23).

Por outro lado, os vínculos entre jornalismo e neoliberalismo são uma consequência das mudanças acontecidas no jornalismo, com sua aproximação às características da publicidade. O jornalismo continua a desempenhar o importante papel de organizador da cultura, mas veicula agora a lógica do mercado, confundindo-se com a publicidade. Perde, assim, seus elementos tradicionais:

A contaminação e a deterioração do conceito clássico de jornal diz respeito aqui, sobretudo, à promiscuidade existente entre informação e propaganda, em que as notícias de jornal perdem sua missão precípua de reportar e passam a carregar os interesses de propagandear produtos, ideias ou personagens, numa radical inversão de valores. Uma publicidade que não é mais implícita, como é natural em todos os processos linguísticos que transportam principalmente ideologias, mas uma propaganda explícita, que se antepõe ao papel prioritário de informar.

Essa informação-publicidade se irradia e contamina os jornais impressos, telejornais, rádiojornais e net-jornais. Não mais satisfeitas em ocupar os espaços próprios para a linguagem publicitária, as propagandas chegam a “pular o muro” e invadir o território da informação, provocando uma forma mestiça de comunicação (Marshall, 2003:41).

A promiscuidade entre informação e propaganda, apontada por Marshall, pode ser claramente percebida, dentre outros veículos, no jornal *Folha de S.Paulo*. Em sua edição de 15 de maio de 2011 podem ser encontrados vários exemplos dessa promiscuidade. A chamada de capa da revista *sãopaulo* foi “A RECEITA DO RÁSCAL”, com a linha fina indicando “Os ingredientes que fizeram a rede paulistana de restaurantes abocanhar 180 mil clientes por mês”. No interior da revista foi publicada a matéria “Comida para um batalhão”, assinada por Laura Rago e Luiza Fecarotta, da qual foi retirado um trecho que apresenta todas as características da linguagem publicitária, ressaltando o cuidado com a higiene, a qualidade da comida e a rapidez do atendimento, entre outros elogios ao produto. Não faltam, ainda, referências ao preço e ao novo endereço da rede:

Às 8h, o vaivém da cozinha do Ráscal no Itaim Bibi já é intenso. Mulheres e homens vestidos com jaleco branco, luvas e toucas manuseiam os alimentos que serão

servidos em um extenso bufê a partir de meio-dia. Em ponto. A essa hora, já há clientes esperando, a maioria engravatados que busca comer bem e rápido no meio do expediente. Apesar de ser um espaço para refeições expressas, lá tudo é feito na hora. Chegam pela manhã peixes inteiros e graúdos, processados um a um. A leitoa é temperada e costurada à mão, o cabrito descansa da noite para o dia no vinho tinto, para depois ser dourado. Caldos são feitos dos ossos, massas são preparadas artesanalmente todos os dias. Apostando nesse sistema de refeições frescas servidas em bufê (atualmente pelo preço fixo de R\$ 52), a rede criada em 1994 acaba de abrir sua sétima unidade em São Paulo, no shopping Iguatemi Alphaville – há ainda três no Rio de Janeiro (FSP, 15/5/2011, são paulo:28).

Nesta mesma edição, o jornal publicou no caderno de cultura, *Ilustrada*, na primeira página, a matéria “Muito ouro”, assinada por Roberto Kaz, sobre o programa de TV “Medalhão Persa”. Redigida também com a utilização da linguagem publicitária, a matéria, no mínimo, serve para atestar a credibilidade do programa, e dos produtos que ele vende, além de comprovar que ele oferece compras vantajosas para os consumidores:

À meia-noite de terça, a apresentadora Helen Marie entrou no ar ao vivo, para anunciar: “Hoje vamos falar de ouro!”. Após uma pausa, prosseguiu, com ênfase: “Nós vamos falar de ouro 18 quilates!” Começava mais uma edição do “Medalhão Persa”, programa líder em venda de jóias pela TV, transmitido às madrugadas, 365 vezes por ano, em duas emissoras ao mesmo tempo (Rede Vida e Canal Rural). (...) O “Medalhão Persa” é uma empresa com dois estúdios, uma ourivesaria própria, 180 funcionários e 120 mil clientes cadastrados. (...) Locutora de rádio pela manhã, Marie se acostumou a gastar três horas por noite falando sobre pedras preciosas. Com a experiência, cunhou portentosos

bordões. Safira, esmeralda e rubi viraram “a trinca de sucesso das joias”. Pérola de água salgada é sempre “uma bênção da natureza”. As joias são vendidas sempre em cinco parcelas de, no mínimo, R\$ 79. Quando a peça excede R\$ 10 mil, o valor não aparece na TV; o cliente só descobre se ligar para uma das 17 atendentes. Assim ocorreu com Jerônimo, que, às 2h55, ligou interessado em um anel de brilhantes. “Cinco parcelas de R\$ 2.400”, respondeu a atendente. Ele barganhou. Ela fez por R\$ 2.300. A peça, que custava R\$ 11.500, foi vendida no ato (FSP, 15/5/2011, Ilustrada:E1).

Ainda na edição de 15/5/2011, a *Folha de S.Paulo*, no caderno *Mercado*, na coluna *Mercado Aberto*, assinada por Maria Cristina Frias, foi publicada uma nota com o título publicitário “Linguagem labial” e texto idem:

Fernanda Calvet, a nova diretora da Clinique no Brasil, assume, com novidades, a marca de produtos conhecidos por serem desenvolvidos por dermatologistas. A grife do grupo americano Estee Lauder trará ao Brasil hidratante labial em seis cores (R\$ 81). Lançado nos EUA há um mês, sumiu das prateleiras em duas semanas. “É como um batom, mas o hidratante ajuda a fixar mais a cor nos lábios”, diz Calvet. Até o final do ano, serão ao menos 15 lançamentos. “Brasileiras preferem cremes de textura leve; 52% têm pele mista ou oleosa mista.” A grife estreia no dia 25 um site de e-commerce (FSP, 15/5/2011, Mercado:B2).

Como se trata de um texto publicitário, só que travestido de jornalismo, não faltam referências à credibilidade do produto, “desenvolvido por dermatologistas” e ao seu sucesso, “sumiu das prateleiras”. Também no caderno *Mercado*, nesta mesma edição, foi publicada uma matéria, assinada por Camila Fusco, sobre as aquisições feitas no Brasil pelo fundo americano Carlyle, dentre elas a do grupo Scalina. A respeito das atividades do grupo, foi publica-

da a seguinte nota, de mesma autoria, com o título “Scalina aposta em ‘lingerie com tecnologia’”:

De olho em ampliar sua fatia de mercado no varejo brasileiro de lingerie, que movimentava R\$ 2 bilhões, um dos trunfos da Scalina é a tecnologia. Batizada de BioFir, uma das linhas prevê a fabricação de meias-calças, leggings, calcinhas e bermudas com fios que levam cristais bioativados e que prometem hidratar a pele e reduzir a celulite. A previsão é que cheguem ao varejo a partir de julho, com preços que variam entre R\$ 27 e R\$ 89. Outras apostas incluem ainda tecnologias de lingerie que não esquentam e tecidos que memorizam o formato do corpo. “Tecnologia é hoje um dos principais diferenciais competitivos no mercado concorrido de moda íntima”, diz Victor Serra, presidente da Scalina. Atualmente a companhia detém 10% do mercado de lingerie, e compete com empresas como Lyz, Valisère e Hope. (FSP, 15/5/2011, Mercado:B4)

Mais uma vez, a promiscuidade publicidade/jornalismo é evidente, com a descrição das qualidades dos produtos e com a valorização do uso da tecnologia pelos fabricantes. O jornalista assume, assim, as funções de um redator publicitário. A promiscuidade publicidade/jornalismo foi analisada por Emerson Ike Coan em dissertação de mestrado defendida na Faculdade Cásper Líbero. Nesse trabalho, além da presença do referencial da teoria crítica, há a utilização da sociossemiótica para uma investigação das características do que o autor nomeia como discurso “publjournalístico”. Trata-se de um novo tipo de discurso que surge da fusão dos discursos publicitário e jornalístico, dando origem a: “Uma nova estrutura de poder em que o ‘fazer saber’ e o ‘fazer crer’ se integrem com efeito predominante no ‘fazer querer’, ideológico e para o consumo, em relação ao ‘poder fazer, ser, querer para prover’, informativo e para a cidadania” (Emerson Ike Coan, 2010:179).

Os textos do jornal *Folha de S.Paulo*, aqui transcritos, possuem as características do discurso “publিজornalístico”, misturando a dimensão informativa do jornalismo e a dimensão sedutora da publicidade para despertar no leitor a vontade de adquirir os produtos descritos pelas matérias. Esses exemplos da mistura entre jornalismo e publicidade mostram a atualidade da concepção frankfurtiana da ideologia, confirmando a sua pertinência para a análise dos processos comunicacionais contemporâneos, marcados pela ideologia neoliberal e pela disseminação da linguagem publicitária. Além disso, também apontam para a importância da atuação dos profissionais da comunicação, indicando, portanto, que as análises de Gramsci sobre a relevância do exercício das funções intelectuais para a construção e a consolidação da hegemonia da classe dominante também permanecem atuais.

Referências

- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- BELL, Daniel. *The end of ideology*. 2ª edição. Cambridge: Harvard University Press, 2001.
- BELL, Daniel. *O advento da sociedade pós-industrial*. São Paulo: Editora Cultrix, 1977.
- COAN, Emerson Ike. “A relação entre os discursos publicitário e jornalístico no domínio do entretenimento”. Dissertação de mestrado. São Paulo: Cásper Líbero, 2010. Disponível em: <www.facasper.com.br/rep_arquivos/2010/04/12/1271091777.pdf>. Acesso em 09/11/2012.
- DUARTE, Rodrigo. *Adorno e Horkheimer & a dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- DURKHEIM, Émile. “As regras do método sociológico”. In: *Durkheim*. São Paulo: Abril Cultural, 1978, p. 71-161. [Coleção Os Pensadores].
- GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*. Volume 1. *Introdução ao estudo da filosofia. A filosofia de Benedetto Croce*. Rio de Ja-

neiro: Civilização Brasileira, 1999.

GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*. Volume 2. *Os intelectuais, o princípio educativo, jornalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

MARCUSE, Herbert. *A ideologia da sociedade industrial*. 4ª edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

MARSHALL, Leandro. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

A ética como discurso estratégico no campo jornalístico¹

Luís Mauro Sá Martino

Neste artigo são delineadas algumas questões relativas à ética profissional do jornalista em seu conflito com os interesses pessoais e empresariais, a partir de entrevistas com profissionais de diversos níveis hierárquicos. O objetivo é verificar em que medida a ética é apresentada como um ideal em contrapartida com as condições efetivas de sua aplicação no cotidiano de trabalho do profissional.

O plano de análise do trabalho repousa sobre a noção de interesse, espécie de antípoda da ética. Esse cenário, todavia, é desafiado a cada momento pela objetivação dessa ética em ações práticas. As contingências do cotidiano desafiam a cada minuto as soluções éticas pela desigualdade fundamental entre cada ser humano. Conciliar esses dois cenários é um desafio nas questões sobre ética (Playsance e Skiwes, 2003:833).

Uma história profissional, talvez apócrifa, serve para introduzir o tipo de discussão a que se refere este tex-

¹ Publicado originalmente na revista *Líbero*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Cásper Líbero (ano XIII, n. 26, dezembro 2010, p. 31-38).

to. Em uma ocasião, na cobertura de um grave problema urbano em São Paulo, um repórter de rádio viu-se em um dilema. Não era seu horário de trabalho – seu turno só teria início na parte da tarde. Uma colega já havia sido designada e estava a caminho do lugar do incidente. No entanto, ele morava próximo ao local. Poderia estar lá em cinco minutos, antes dela. “Se eu fosse, seria um canalha com ela. Se não fosse, ficaria mal com a emissora”, lembraria o rapaz, anos depois. A ética, entendida como norma de conduta em relação à colega de trabalho, mandava esperar. O interesse profissional, ir. O repórter foi. A colega foi admoestada pelo superior.

A ética jornalística, segundo Guillaume (1991:11), é apresentada, por vezes, como uma espécie de tábua de logaritmos morais aplicados a uma prática jornalística livre de qualquer contingência externa, como se dependesse apenas da vontade do profissional. A apresentação das normas de conduta do jornalista parece excluir alguns elementos contraditórios da profissão.

A insistência nas definições morais em lugar do estudo da aplicação dessas normas na prática pode gerar uma insuficiência no código de conduta profissional. Códigos de ética e a própria Lei de Imprensa funcionam depois da concretização do fato, a publicação da notícia:

No *ethos* do jornalismo, há dois tipos de código. Um tipo é escrito por uma comissão, é tornado público e representa com bastante honestidade como os jornalistas pensam que deveriam agir. O outro tipo não é escrito, oculto às vezes da consciência dos próprios jornalistas. Por ser frequentemente inconsciente, este último código é mais difícil de descrever e analisar. Mas é o mais poderoso de ambos (Meyer, 1989:38).

Nem sempre essa estrutura normativa de um *ethos* jornalístico, isto é, de um padrão de conduta, tem como

objeto a prática. Definir uma ética parece se relacionar à elaboração de um critério valorativo para a escolha entre duas ou mais ações possíveis, dentre as quais uma seria recomendável ante as demais. Assim, a ética parece estar vinculada ao processo de escolha de uma ação na prática (Herrscher, 2002:281).

A relação entre as possibilidades virtuais e reais de escolha nem sempre é contemplada. O cotidiano do trabalho jornalístico envolve constantemente um processo de tomadas de decisão, pautadas ao mesmo tempo pela dupla vinculação do jornalista – ao mesmo tempo uma espécie de servidor público da informação e funcionário de uma empresa particular objetivando o lucro (Karam, 1996:29). Nesse sentido, o *ethos* do trabalho jornalístico é por vezes definido como uma relação entre as possibilidades da ética e as limitações da prática (Goodwin, 1991:23).

Esses dois aspectos dão a estrutura deste trabalho. Em primeiro lugar, (I) veremos como a ética e o interesse fazem parte de uma dialética da estratégia na ação social; em seguida, (II), como o duplo vínculo do profissional, entre o interesse público e as condições de produção da notícia, implica contingências nas possibilidades de escolha no cotidiano. Constituem o *corpus* de análise, além de livros sobre ética no jornalismo, depoimentos de profissionais da imprensa dados ao Site de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero no período em que fui editor (2000/2003).

A ética como estratégia legítima

Em uma perspectiva pragmática, um princípio ético só teria valor quando tendesse a um máximo de aplicações. Um *ethos* orientado exclusivamente de acordo com as circunstâncias imediatas seria casuístico e, sob certo ponto de vista, contraditório em si – exceto, é claro, se for compreendido como princípio legítimo o agir de acordo com

os interesses do momento. Mas eis aí novamente a noção de *interesse* e consequente deslegitimação do procedimento (Bourdieu, 1991:34; 1999) por se considerar, provavelmente, que uma das categorias menos nobres para analisar uma situação social é a noção de interesse.

A conduta aprovada como “ética” em um determinado cenário apresenta-se à apreensão sincrônica como a resultante de uma série de interesses específicos voltados para um equilíbrio de interesses comuns. O princípio da ação garante uma possível igualdade de condições nas práticas cotidianas. A normatização de uma ética é a objetivação dessa igualdade, ressaltada a cada momento pelas denúncias de quebra ou de interesse.

Nesse sentido, destaca-se como a socialização de um princípio orientador da ação social em toda uma comunidade, a partir dos quais serão erigidas, em um segundo momento, códigos, normas e princípios não escritos de regência da comunidade (Christian, 2005:433). O ex-ombudsman da *Folha de S.Paulo*, Bernardo Ajzenberg, mostra as condições desse procedimento: “Ou a pessoa tem ética ou não tem. E isso vale para qualquer profissão ou ofício. No caso do jornalista, ainda mais, por causa de suas responsabilidades públicas”.

A ética de uma comunidade é a prioridade das chamadas *agrafa nomoi*, isto é, das “leis não escritas”. Já na Grécia Antiga o princípio ético de um determinado grupo nascia exatamente nesse tipo de prática aparentemente não orientada, oriunda da obediência às leis não escritas, mas respeitadas por todos. O interesse particular era contido pelo limite dessa lei, objetivada na expressão “costume”, dimensão estabelecida como elemento fundador de uma realidade social na forma de um hábito (Weber, 2003:2).

Na análise de Bourdieu (1980; 1983; 1989), o hábito é o elemento central da construção social da realidade

na medida em que garante a reciprocidade da ação entre meu semelhante e eu – o que ele denomina *habitus*, princípio estruturador de práticas, gostos e ações adquiridos pelo indivíduo no decorrer de sua trajetória social. O *habitus*, elemento de intermediação entre o individual e o social, está em permanente transformação na garantia de manutenção de seus princípios práticos.

Nessa concepção, somos orientados basicamente pelos mesmos princípios, pelos mesmos esquemas geradores de uma percepção mútua da mesma realidade. Vemos as mesmas coisas, temos, a princípio, as mesmas reações diante de situações semelhantes e podemos ter certo grau de certeza, assim como uma percepção da realidade por conta do hábito e dos costumes. A ética de um grupo é um princípio orientador, objetivada no que o sociólogo francês chama de *habitus* (Barros Filho e Martino, 2003).

Ética do procedimento

No caso do jornalismo, os dilemas éticos são uma espécie de fronteira entre o hábito social e as situações regidas pela Lei de Imprensa (Bucci, 2001:20). Para o jornalista Eugenio Bucci, “A ética não é como a lei que diferencia o lícito do ilícito. A ética cada vez mais se ocupa das decisões individuais entre o que é certo e aquilo que também é certo; qual a melhor escolha a fazer”.

Princípios éticos podem ser colocados em questão pelo interesse do momento. A contradição entre ética e interesse é o ponto dinâmico na dialética entre a ação interessada e o ato do dever. Note-se que é um elemento regulador, não de coerção.

É comum encontrar, no cotidiano, contradições entre a ética e o interesse particular. Conforme sintetiza o repórter Ricardo Kotscho:

Não existe imprensa neutra, mas você deve sempre perseguir a verdade. Quanto menos interferências houver, melhor. É claro que cada um tem sua preferência política, mas quanto mais comprometido se está, mais difícil fica perseguir a verdade.

A prescrição da norma garante a igualdade de posições, mas não parece levar em consideração as divergências baseadas no interesse. Diante do fato objetivo, a norma ética é colocada frequentemente em questão, julgada a partir de princípios utilitários. No entanto, na medida do possível, isso é feito evitando o conhecimento por parte de outros – agir de forma ética é uma estratégia para garantir a legitimidade perante o grupo.

O reconhecimento é raramente explícito, como nesta frase de Bernardo Ajzemberg: “Se deve reconhecer, até segunda ordem, que o jornalismo hoje é de fato parte de um mercado”.

O princípio da estratégia

A contradição entre a ação ética e o interesse, no entanto, pode ser interpretada quando se introduz a noção de estratégia como princípio do critério de uma razão prática. A estratégia garante um modo de ação coerente com os resultados esperados – sempre o melhor para cada participante da ação, independente de ser o melhor para os outros.

Na linha do pensamento de Bourdieu (1967; 1980; 1992), o exame das possibilidades éticas em comparação com a lógica de campo parece convergir em alguma medida para a noção de estratégia, desenvolvida em vários momentos ao longo de sua obra – veja-se, por exemplo, o *Esboço de uma teoria da prática*, *O senso prático* e *Razões práticas*.

Podemos falar da ética como estratégia quando lembramos que em cada campo as ações de um agente

são, ainda que parcialmente, direcionadas à percepção recíproca dos outros. Dessa maneira, ao assumir uma postura reconhecida como ética à apreensão sincrônica do ato pelos outros agentes, um determinado indivíduo, participante do campo, ajusta-se às percepções reconhecidas como legítimas.

Isso decorre de um fundamento paradoxal da ética no campo jornalístico. Como em outros campos, o princípio da ação no campo jornalístico funda-se sobre uma ética concorrencial que se dissimula sob tipos de comportamentos tacitamente aceitos como “éticos”, sobretudo no sentido de um “fair play” que cria as regras para a própria manutenção do campo enquanto espaço estruturado (Bourdieu, 1980:143).

No entanto, aí reside um paradoxo que, de resto, se estende a várias configurações de um sentido de “jogo” à qual a lógica de campo é aparentada: como é possível falar em um “fair play” quando o objetivo de cada participante é ganhar? A rigor, uma primeira resposta seria apontar que o “fair play” é a vitória dentro das regras do próprio campo – o que, imediatamente, permite contra-argumentar apontando-se que essas regras, por sua vez, estão igualmente ligadas aos interesses do campo.

Uma vez que essas regras, em sua maioria, não estão escritas – novamente os *agrafa nomoi* –, a aplicação prática dessas regras, ou sua eleição como razão prática, o que resulta mais ou menos no mesmo, parece estar mais relacionada com a capacidade de o agente perceber, conforme seu espaço na disposição de um campo, quais são as regras que lhe proporcionam maior lucro simbólico *inter pares* e aplicá-las na medida de sua possibilidade.

A ação orientada pela ética e a ação movida deliberadamente pelo interesse, nessa leitura, parecem se estruturar a partir da definição de uma estratégia de valorização

do capital simbólico estipulado em cada uma das situações em questão. Para o jornalista Leão Serva, “estamos formando jornalistas para o mercado que existir, não? O jornalismo não muda tanto de um meio para outro, seus principais defeitos e qualidades vão se passando de um suporte para outro”.

A aplicação desse princípio de reciprocidade à prática jornalística fica evidente na afirmação de Francisco Karam:

Jornalismo não é o que diz apenas um profissional, é uma profissão à qual aderem pessoas que, mediante determinados princípios técnicos, éticos, teóricos e estéticos, vão exercê-la sabendo que as vontades e paixões pessoais devem estar submetidas ao interesse público.

Nesse sentido, aparentemente, não há incompatibilidade entre o discurso ético e a prática regida pelo interesse. A noção de estratégia parece resolver a questão igualando-as como modos distintos de se chegar a um resultado com formas de lucro diferentes. A normatização ética garante o princípio de lucro de todos os envolvidos em uma disputa. O interesse particular, por sua vez, garante um lucro maior, mas também mais arriscado.

Para o então editor de *Época*, Paulo Moreira Leite, “está na hora de as pessoas pararem de dar crédito a quem não apura”:

O Brasil está se modernizando. Cada vez mais, o jornalismo é feito não apenas de opiniões. Você precisa demonstrar, sustentar o que está falando. Você não pode pegar uma declaraçãozinha ali, uma impressão aqui e dizer que é isso que está acontecendo no Brasil e no mundo.

Os limites da prática social – e, portanto, do lucro simbólico de uma ação – estão garantidos pela ética e pela

moral de cada sociedade (Habermas, 2004). A adoção de estratégias mais ou menos de acordo com esses princípios baseia-se no cálculo inconsciente de vantagens e desvantagens de se afastar desse padrão. A matriz de ações sociais possíveis, portanto, estrutura-se a partir de um princípio ético e um princípio de interesse, subordinado e ao mesmo tempo oposto (Bourdieu, 1997; Barros Filho e Martino, 2003). A nobreza da ação é verificada, sobretudo, pela possibilidade de independência frente aos interesses. No dizer de Mino Carta, “não vamos esmorecer na nossa crença de que jornalismo é algo que se faz com espírito crítico, fiscalizando o poder. Então nós continuaremos fiscalizando o poder”.

O grau de um determinado espaço em uma estrutura sugere a existência de um indivíduo tendencialmente próximo do tipo-ideal necessário para utilizar esse espaço, e sua consequente apreensão em um fluxo de poder.

No entanto, cabe notar aqui a necessidade de um exame de uma condição na qual uma ação ética poderia ser normatizada em princípio de ação coletiva *explícita*, não, como no caso do *habitus*, implícita.

O imperativo categórico kantiano não é uma prescrição de dever, mas uma estrutura formal de conduta aplicável a qualquer situação. O indivíduo reconhece a existência de todos como princípio de ação: “Age de maneira que a máxima de tua vontade possa valer sempre ao mesmo tempo como princípio de uma legislação universal” (Kant).

A ação é tomada em razão do dever, medidas suas consequências quando transformadas em um princípio de conduta universal. O que eventualmente dificulte a transformação de todo padrão ético em lei universal é a utilização do interesse imediato. O pensamento, construído sobre a ilusão da naturalidade dos fatos, muitas vezes se exime da reflexão sobre as causas do cotidiano refugiando-se em

uma difusa exigência por ética nas instâncias políticas e sociais (Bourdieu, 1980).

A ética está relacionada, desde Aristóteles, não necessariamente a um conjunto prescritivo de regras, mas sobretudo a uma teoria da prática, criada a partir da reflexão e da pesquisa vinculada à vida diária. Está nesse contexto a discussão sobre ética jornalística – o *locus* para crítica da prática.

O tipo mais conhecido desse modelo de ação é o chamado “duplo vínculo” – isto é, um duplo interesse, não necessariamente oposto, entre ações (Bourdieu e Acquaint, 2004).

O vínculo duplo e a ética jornalística

No caso do jornalismo, esse duplo vínculo fica ainda mais visível pela aparente transparência das fronteiras simbólicas entre o cidadão comum e o jornalista. Na tarefa de codificar a realidade, o jornalista está exposto a eventuais contradições entre suas condições objetivas de trabalho e os princípios éticos de sua ação social. A ética específica da profissão não prevê o vínculo do jornalista com nenhuma outra atividade, exceto o próprio jornalismo (Bourdieu, 1997:53; Bucci, 2001:45).

Na visão de Bucci:

Exatamente porque o jornalista é um ser humano como qualquer outro, ele vive esses dilemas. É necessário, ao jornalista, conviver com isso. Ele não pode tentar se despir das suas convicções, é como se despir da sua condição de humano. Ele é um homem, ou uma mulher, um gay, um cristão, um liberal, um comunista. O jornalista deve decidir dentro disso. Ele não está acima das suas paixões, das suas fraquezas, dos seus sonhos.

No caso do jornalismo, não há oposição entre os diversos vínculos por conta da especificação de fronteiras simbólicas claras entre a atividade e o ócio. No caso do

jornalista, esses momentos não são discriminados. Ao contrário, a superposição é estimulada a partir da doutrina, como no caso do *Manual da Folha*: “O jornalista está sempre investido de sua posição”.

Assim sendo, a “ética do marceneiro”, proposta por Cláudio Abramo (1999:123), tornar-se-ia a única possível para o jornalista. É evidente que sua ética será a mesma do cidadão: não há opção – o que é visto por Chapell (2009), por exemplo, como o princípio orientador de qualquer ética. Não existem fronteiras simbólicas claras, e o vínculo com o jornalismo atua exatamente ao mesmo tempo dos outros. A ética jornalística não traz em si nenhum princípio que também não possa ser aplicado ao cidadão. E, da mesma maneira, ao ser entrevistado pelo interesse, o jornalista poderá ter as mesmas reações de um indivíduo qualquer (Harcup, 2003:113; Banaszynski, 2010).

Embora se pretenda quase uma figura “meta-social”, por conta de sua permanente observação da sociedade, o jornalista é parte do mesmo grupo observado – é como se o jornalismo fornecesse ao ser humano uma “segunda natureza” proveniente do hábito. No jornalismo a relação entre sujeito e objeto raramente é vista a partir de seu conteúdo ético específico (Barros Filho, 1995).

Objetividade e eficácia simbólica

A discussão sobre objetividade no jornalismo por vezes lembra uma discussão metafísica. O método de produção da notícia é regido por regras e práticas implícitas e explícitas (Ryan, 2001:3). A subjetividade é apenas uma questão de percepção, mas a percepção também é determinada pela vontade.

Quando a vontade é suprimida pela adoção de regras, é natural que essas regras condicionem a percepção (Meyer, 1989:81). Daí o reflexo de pauta, daí o “procedi-

mento jornalístico”, daí o “faro da notícia”, daí as práticas repetitivas, poucas vezes explícita na fala – no caso, do jornalista Flávio Dieguez:

As interpretações dos fatos não podem ser feitas por jornalistas. Aliás, isso vale para todas as áreas do jornalismo porque em nenhuma delas o jornalista pode interpretar fatos por si mesmo.

Tanto o estagiário quanto o editor são elementos de um mesmo campo, regido pelos mesmos critérios, diferenciando-se por uma apropriação momentânea desigual do capital simbólico referente ao cargo e necessário para a formação de redes de relações e capitalização de contatos da mesma maneira, mas em um nível diferente de qualquer foca (Bourdieu, 1997). Em outras palavras, o “cinismo ético”, bem identificado por Francisco Karam (1996), é o fato de se criticar o procedimento para aplicá-lo em seguida.

As condições do vínculo duplo no jornalismo aramam-se em virtude de sua própria existência. Não é à toa a preocupação constante com os elementos éticos dentro do jornalismo: eles não existem como categoria específica, mas reproduzem-se diretamente, quase como uma cópia, dos parâmetros sociais. São, na expressão de Bucci (2001:85), “duas éticas em um só lugar”.

Confundindo subjetividade com interesse pessoal, a ética do jornalista poderia ser entendida como a desvinculação de outros elementos do mundo e a adoção de uma postura crítica eivada de preconceitos invisíveis dissimulados na prática profissional a partir da tendência a ver na objetividade um “ritual estratégico” com vistas a esconder os interesses em jogo (Tuchmann, 1972; 1979). A retomada dos argumentos de Bourdieu (1980; 1983), neste momento, podem auxiliar na compreensão do exposto.

A adequação do profissional a esse duplo vínculo

– a ética jornalística e os interesses de campo – se dá através da estratégia de sustentar um discurso ético que atende igualmente aos interesses do campo e associar a pergunta de caráter ético ou moral (como “Que devo fazer?”) às condições não explícitas de ação em um campo (como “O que posso fazer?”). As estratégias estabelecem-se como elementos intermediários de justificação entre as estruturas de campo e a prática do jornalista; ao definir uma postura como “ética”, o campo – e também o profissional a ele vinculado, portanto dotado de um *habitus* que lhe prove a *illusio* necessária para ver o que é preciso e interessante ver – de certa maneira agrega a essa ética os valores do campo. O interesse estratégico de obtenção de lucro simbólico torna-se ético na medida em que converge com os interesses do campo, em uma justificação até de uma postura eticamente questionável *em si*, mas que corresponde às demandas de movimentação simbólica no campo.

As questões relativas a uma razão prática que às vezes cruzam o caminho do jornalista (“Devo cometer um crime para provar sua possibilidade?”; “Devo usar câmera escondida em uma reportagem?” ou “Devo fingir ser outra pessoa para obter uma informação?”) encontram sua resposta não em uma moral, mas em um discurso da ética do campo. Um jornalista pode achar moralmente errado mentir, mas sua ética jornalística, aliada inconscientemente aos interesses do campo e justificada dessa maneira, pode mentir para obter uma informação; o êxito dessa estratégia, de alguma forma, parece ser o elemento que vai medir o caráter ético ou não da ação.

Se a ação resulta em uma reportagem de repercussão nacional, encontra um alto grau de agendamento e, portanto, na perspectiva do jornalista como defensor de um “interesse público”, o procedimento que pode ser interpretado como moralmente condenável torna-se “ético” em

conformidade com uma das regras do campo jornalístico que diz respeito ao “interesse público”.

O apelo a um valor consagrado pelo próprio campo legitima o procedimento e o torna “ético” por conta dos elementos externos à ação que lhe garantem um lucro simbólico alto o bastante para a conversão da ação em norma. O chamado “jornalismo fiteiro”, criticado anos atrás, não era mais do que a exacerbação desse princípio de lucro ético por parte dos agentes do campo – o que coloca em jogo a possibilidade de uma ética entendida como algo distante do interesse (Sodré, 2002:194).

A produção e difusão de ideias obedecem a lógicas próprias e mesmo sua ramificação por outros setores da sociedade está vinculada a uma série de atitudes e ações de grupos responsáveis por sua expansão. Eis a opinião de Karam:

O jornalismo hoje trata a informação das duas formas: como bem social e como mercadoria. Se fosse só mercadoria, não poderíamos ter acesso à infinidade de fatos e versões de grande relevância social que acompanhamos diariamente, especialmente pela mídia impressa. Se fosse só bem social, não teríamos fatos e versões embalados pelo marketing informativo, com maior rendimento de acordo com as posições políticas, ideológicas e econômicas de setores da mídia.

Ética e conhecimento prático

No espaço social, a mídia apresenta-se como um elemento de modalidade dupla. É um produto-fim, resultado de um processo de construção de texto a partir de dados imediatos da realidade, no qual várias escolhas são feitas, mas também é um produto-meio, capaz de produzir modificações imediatas no ambiente onde se encontra. No espaço intermediário entre as outras instituições sociais, os meios de comunicação parecem ser ao mesmo tempo cau-

sa e reflexo das ações de outros campos, em uma dimensão temporal muito curta.

O que leva, naturalmente, a uma crítica ao próprio modelo de jornalismo pelos jornalistas. O jornalista Ricardo Noblat comenta:

O modelo dos jornais já se esgotou. Ele data de uma época em que os jornais eram fonte única de informações, para saber o que estava acontecendo, você tinha que lê-lo. Hoje, mesmo com o desenvolvimento da TV, do rádio e da internet, os jornais se comportam como se tivessem o monopólio dessa informação. A segunda razão é que eles continuam ancorados nos noticiários do dia anterior, como se essa fosse sua principal atribuição. Quando você abre o jornal já conhece as notícias que estão ali. Por mais que jornalistas e donos de jornal saibam que não deveria ser mais assim, eles têm uma dificuldade brutal em romper com essa cultura.

Um dos princípios da ética jornalística parece estruturar-se na premissa de uma ação desinteressada, de um ato comunicativo livre de interferências voluntárias do produtor. O discurso resultante está geralmente articulado fora dos limites institucionais, em uma *illusio* de autonomia reforçada no discurso, mas pouco representada na prática.

A ética, nesse sentido, é sobretudo um esforço de resistência do jornalista em relação ao ambiente institucional orientado por uma lógica de mercado. Parece existir, porém, um equívoco em opor a estratégia de ação do jornalista contrapondo-se à empresa quando esta obedece aos imperativos de um mercado. Em ambos os casos, trata-se de uma estratégia de lucro simbólico – o princípio da ética e do interesse em uma aparente oposição, quando de fato revelam-se estratégias. Os valores éticos da empresa jornalística não são arranhados pela sintonia com o mercado, os do jornalista, sim.

Disso resulta o discurso ético do jornalista em contraponto ao mercado representado, em primeira instância, pela empresa onde trabalha. Em alguns casos, isso leva o jornalista a encontrar elementos para explicar a prática de racionalização da empresa a partir de critérios jornalísticos.

A situação de equilíbrio regulador das estratégias só existe quando há um conflito, um jogo de soma zero – um deles sairá ganhando, o outro, perdendo. Essa dualidade encontra sua resolução na própria ideia da estratégia. É o que Philip Meyer chama de “efeito resfriador” na atividade jornalística:

Um efeito resfriador pode ser quase qualquer coisa que tenha um efeito desfavorável sobre o sistema de recompensa para o jornalista ou suas fontes. Ele aumenta o custo e diminui o prazer de descobrir e proporcionar informação, e assim desencoraja o livre curso da informação (Meyer, 1989:24).

É difícil inferir se um ato é ou não ético sem conhecer, portanto, a disposição dos interesses, lucros e gratificações no espaço social. Os efeitos de cada jogada podem ser compreendidos como a resultante de variáveis. Algumas são determinadas e explícitas, outras indeterminadas ou invisíveis.

A quantidade de variáveis da ação social pode gerar, em última instância e paradoxalmente, a indeterminação última da ação social. O princípio da ética jornalística como “ética do marceneiro”, portanto, não é a própria ética como princípio do agir tendencialmente para o bem, mas como a estratégia de garantia de legitimidade. O dilema desaparece nos meandros da prática. Entre a ética e o interesse, a estratégia.

Referências

- BANASZYNSKI, J. "Conflicting loyalties and personal choices". In: MEYERS, C. *Journalism ethics*. Oxford: OUP, 2010, p. 237-248.
- BARROS FILHO, C. *Ética na comunicação*. São Paulo: Summus, 2003.
- BARROS FILHO, C. e MARTINO, L.M.S. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.
- BOURDIEU, P. *Choses dites*. Paris: Minuit, 1983.
- BOURDIEU, P. *Questions des sociologie*. Paris: Minuit, 1980.
- BOURDIEU, P. *Raisons pratiques*. Paris: Seuil, 2000.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BUCCI, E. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- CHAPPELL, T. *Ethic and experience*. Durham: Acumen, 2009.
- CHRISTIANS, C. "Ethical theory in communications research". *Journalism Studies*, v. 6, n. 1, 2005, p.3-14.
- GOODWIN, E. *Procura-se ética no jornalismo*. São Paulo: Nórdica, 1991.
- HABERMAS, J. *Ética da discussão e a questão da verdade*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- HARCUP, T. "Journalists and ethics: the quest for a collective voice". *Journalism Studies*, v.3, n. 1, 2002, p. 101-114.
- HERRSCHER, R. A "Universal code of journalism ethics: problems, limitations, and proposals. *Journal of Mass Media Ethics, Lawrence Erlbaum Associates*, v. 17, n.4, 2002, p. 277-289.
- KARAM, F. "Qualidade de ensino e cinismo ético no jornalismo". *Comunicação e Educação*, São Paulo, v. 6, n. 29, 1996, p. 29-34.
- KARAM, F. *Jornalismo, ética e qualidade*. São Paulo: Summus, 1995.
- MARTINO, L.M.S. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- MARTINO, L. M. S. "A ética como estratégia no campo jornalístico". Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1664-1.pdf>. Acesso em 15/11/2012.
- MARTINO, L. M. S. *Teoria da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2009.

- MEYER, P. *Ética no jornalismo*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1989.
- NÊUMANNE, J. "Entre a trincheira de combate e a caixa registradora". *Comunicação e Educação*, São Paulo, v. 5, 1996, p. 13-22.
- PLAISANCE, P. L.; SKEWES, E. "Personal and professional dimensions of news work: exploring the link between journalists' values and roles". *Journalism and Media Communication*, v. 80, n. 4, 2003, p. 843-848.
- RYAN, M. "Journalistic ethics, objectivity, existential journalism, standpoint epistemology and public journalism". *Journal of Mass Media Ethics*, Lawrence Erlbaum Associates, v. 16, n. 1, 2001, p. 3-22.
- SODRÉ, M. "Existe consciência ética na imprensa?". In. PAIVA, R. (Org.). *Ética, cidadania e imprensa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002, p. 187-196.
- TUCHMANN, G. "Objectivity as strategic ritual". *American Journal of Sociology*, Chicago, v.77, n. 4, 1972, p. 660-679.
- TUCHMANN, G. *Making news*. Nova York: University of New York Press, 1979.
- WEBER, M. *Economia e sociedade*. Brasília: UnB, 2003.

Hipóteses para a pesquisa do imaginário na cibercultura¹

Edilson Cazeloto

Imaginário/imaginários

Esse artigo parte de uma inquietação surgida no debate acadêmico. Em uma apresentação, realizada em um evento científico, um pesquisador² da área de comunicação afirmou categoricamente que “o Twitter decidiu a última eleição presidencial no Brasil”. Mais recentemente, os levantes populares que ficaram conhecidos com a “primavera árabe” passaram a ser atribuídos à articulação dos insurgentes pelas redes sociais online.

Diante desses discursos, algumas questões imediatamente saltam aos olhos: como podemos fazer esse tipo de afirmação? Que elementos teóricos e empíricos podem fundamentá-la?

No caso brasileiro (e, certamente, no caso árabe),

¹ Versão revisada e ampliada do texto “Elementos para a análise do imaginário na cibercultura”, apresentado no GP “Cibercultura”, no Congresso Nacional da Intercom, em 2011.

² A identidade do pesquisador não é relevante no contexto deste trabalho. Sua fala, na verdade, indica tendência expressiva nos estudos contemporâneos sobre a internet. Tomarei essa afirmação como paradigmática desta tendência.

não bastasse a baixa penetração da internet no país, há indícios relevantes (Cazeloto e Bredarioli, 2008) de que a maior parte dos usuários da internet subutilizam esse meio em termos de participação política ou mesmo de exercício da cidadania. Há uma diferença substancial entre o potencial (comunicativo, cultural, político, econômico) da internet e seu uso concreto, ou seja, entre o que as pessoas reais *poderiam fazer* e o que realmente *fazem* na rede.

O uso que pesquisadores acadêmicos fazem, provavelmente, não é um padrão que possa ser compreendido como o uso geral da Internet no Brasil, principalmente considerando que o país conta com um índice de analfabetismo funcional na casa de 27% da população, enquanto apenas 26% dos brasileiros podem ser considerados “plenamente alfabetizados”.³ Na verdade, faz pouco sentido pensar em um uso geral, independente de contextos socioeconômicos e culturais concretos.

Nesse artigo, quero propor alguns elementos que possibilitem uma forma de compreensão da noção de imaginário no contexto contemporâneo da cibercultura, a fim de contribuir para a realização de pesquisas que tentem interpretar o papel desempenhado pelas redes de comunicação digitais na sociedade. A ideia que defendo é que a análise da relação entre imaginário e redes telemáticas deve partir da constatação da vigência de um processo de *complexificação*, o que acaba por revelar, do ponto de vista do imaginário instituído, o papel complementar da chama-

³ Dados da ONG Ação Educativa. A diferença entre os dois índices corresponde a outro “nível de alfabetização”: a “alfabetização básica”, que já foi conquistada por 47% dos brasileiros. A “alfabetização plena” é aquela que se espera adquirir após o término do ensino fundamental. Chama a atenção, no entanto, que 38% dos estudantes que concluíram o ensino superior ainda não atingiram o nível de “alfabetização plena”.

da “mídia interativa” face à “mídia de massa”.

A noção de imaginário possui diferentes matrizes, baseadas nas obras de autores como Jacques Lacan, Gilbert Durand, Bronislaw Baczko e Cornelius Castoriadis. Cada um destes autores percebe o imaginário não apenas a partir de perspectivas distintas, mas também com objetivos teóricos (e políticos) diferentes. A perspectiva que irei adotar se insere na “linhagem” de Baczko e Castoriadis sem implicar nenhum julgamento sobre a validade das demais, mas apenas pelo entendimento de que esse quadro teórico fornece conceitos e abordagens mais compatíveis aos meus objetivos. É importante, no entanto, frisar uma diferença fundamental entre esses dois autores: enquanto Castoriadis constrói uma teoria “geral” do imaginário como pré-condição socialmente herdada para o agir humano, Baczko preocupa-se com aquilo que denomina “imaginário social”, ou seja, as representações e significações que são produzidas e circulam em uma dada coletividade sobre si mesma.

O elemento que me parece central na abordagem desses autores é uma certa noção subjacente de “dinâmica social” que move suas interpretações. Para ambos, o imaginário é uma construção social em permanente transformação, ao mesmo tempo causa e resultado das práticas cotidianas.⁴

Por isso, nessa perspectiva, o imaginário não é apenas um conjunto de imagens socialmente partilhadas, mas a condição de possibilidade para a construção de imagens dotadas de sentido. Grosso modo, podemos compreender essa concepção de imaginário como um

⁴ É assim que Castoriadis, por exemplo, considera o imaginário como um “instituinte-instituído”. Recursivamente, o imaginário produz a sociedade que o produz.

conjunto de *significados* que entram em relação com certos *significantes* a partir de condições históricas e sociais. Isso significa que, a rigor, não é possível circunscrever ou delimitar o imaginário, muito menos reduzi-lo às imagens produzidas. A relação entre imaginário e imagens, a partir dos pressupostos aqui desenhados, é sempre historicamente contingente. Para Castoriadis, esses “significados” organizam-se hierarquicamente como *valores*, como inclinações “pré-simbólicas”, capazes de informar os modos de perceber e representar o real. Já em Baczko, o imaginário social expressa-se em discursos (ideologias e utopias), em símbolos e rituais socialmente compartilhados, mas não se confunde com esses.

Em ambos os casos, o imaginário, portanto, não se esgota nos signos produzidos. De fato, ele (o imaginário) “circula” socialmente a partir dos signos e se modifica permanentemente a partir deste mesmo processo de circulação. Em outros termos, o imaginário transforma-se a partir dos signos que produz. A circulação social de signos é uma das maneiras possíveis de se compreender aquilo que denominamos “comunicação”.

Assim, deste ponto de vista, a comunicação é, a um só tempo, partilha e construção do imaginário. Desta forma, podemos concluir que o imaginário é historicamente construído pela vivência do cotidiano em comum, mas, no interior desta experiência vivida, os modos de comunicação desempenham um papel de grande relevância. Essa relevância não se limita ao mero papel de “meio” de circulação, mas refere-se ao fato de que os modos de comunicação interferem ativamente no imaginário produzido. O que quero dizer é que os elementos que constituem o processo social de circulação de signos (a comunicação) não são neutros nem transparentes em relação ao imaginário: características deste processo (e de seus elementos) impõem-

se como *condições de possibilidade* para o imaginário.

O que são esses elementos? São instâncias materiais e institucionais nas quais os significados adquirem sua consistência como fato social. Poderíamos chamá-los de “contexto”, mas, para frisar o caráter de realidade historicamente construída desses elementos, prefiro denominá-los “tecnologias da comunicação”. Por “tecnologias da comunicação” quero identificar *um conjunto de elementos (estratégias, regras, instituições e aparatos) que inscrevem historicamente o processo comunicacional em um contexto concreto*.⁵ As tecnologias da comunicação alteram a circulação social de signos e, portanto, a construção do imaginário.⁶

Para evitar mal entendidos, é importante ressaltar que as “tecnologias da comunicação” não se confundem com aqueles aparatos tecnocientíficos que, tradicionalmente, os estudos do campo comunicacional consideram “meios de comunicação” ou a mídia (como o rádio, a TV ou os jornais impressos). Da forma como a concebo, essas tecnologias referem-se ao conjunto de elementos presentes em modos de comunicação mediados ou não mediados

⁵ Há analogias possíveis entre esta noção de “tecnologias da comunicação” e o conceito de “campo”, oriundo da sociologia de Pierre Bourdieu, principalmente na forma como Adriano Duarte Rodrigues (1990) busca construir o conceito de “campo dos *media*”. Creio, no entanto, que a ideia de “tecnologias da comunicação”, da maneira como a utilizo, é mais abrangente e inclui os modos de comunicação *não mediados*, o que é fundamental para minha argumentação sobre o imaginário.

⁶ É nesse sentido que Juremir Machado da Silva (2006) constrói sua concepção dos meios de comunicação como “tecnologias do imaginário”. De minha parte, prefiro falar em “modos de comunicação” (e não de “meios”) porque, como se verá adiante, a comunicação não mediada tecnologicamente joga um papel extremamente relevante na construção do imaginário.

por dispositivos tecnocientíficos, incluindo a fala, os gestos,⁷ as representações pictóricas e qualquer outra forma social de organização da circulação de sentidos.

Certamente, uma categorização dessa amplitude incorre no problema de sua excessiva generalidade, mas ela é acionada, no contexto deste trabalho, com o objetivo de sustentar um argumento preciso: na construção social do imaginário convergem de maneira indiscernível várias tecnologias da comunicação, sempre de maneira tensa e cumulativa. O imaginário constitui-se a partir do cruzamento destas tecnologias na experiência cotidiana, de forma que não é possível, empiricamente, atribuir o conteúdo deste imaginário a fontes específicas.⁸

A complexificação do imaginário

Por ser um fenômeno humano que se densenrola nos contextos sociais e tecnológicos, o imaginário pode ser compreendido no devir histórico como a resultante instável e indeterminável de um processo de *complexificação crescente da comunicação*. Entendo por “complexificação” o jogo de relações de tensão permanentemente modificado pelo surgimento de novos elementos e pela transformação interna dos elementos já dados. Assim, a comunicação (processo social de circulação de signos), é permanentemente transformada não apenas pelo surgimento de novos “meios”, mas por inovações que ocorrem em meios já

⁷ A rigor, poderia se reservar o termo “técnica” para as dimensões da troca simbólica em que não competem equipamentos eletro-mecânicos. Creio, no entanto, que o uso indistinto da noção de “tecnologia”, no contexto deste trabalho, tem a vantagem de sublinhar a *continuidade* entre os diversos modos de comunicação, colaborando para romper com a distinção acadêmica entre mídia e comunicação.

⁸ Essa distinção, no entanto, é possível e tem a sua utilidade do ponto de vista analítico.

existentes.⁹ Não se trata de dizer, como McLuhan (1969), que o “conteúdo” de um meio é outro meio. Trata-se de constatar que o imaginário “alimenta-se” dos significados socialmente partilhados, independentemente de sua origem, ainda que essa origem não seja neutra em relação ao significado que põe em circulação.

As inovações que transformam a comunicação, é bom frisar, não são apenas de ordem tecnocientífica, mas incluem formas de propriedade e gestão, marcos regulatórios, instituições, desenvolvimentos estéticos etc. Assim, a comunicação se transformou (com repercussões no imaginário) tanto pela invenção do transistor quanto pelo surgimento dos canais internacionais de televisão ou pela privatização dos serviços de telefonia na América Latina. A invenção da representação pictórica em perspectiva altera o imaginário tanto quanto a colocação de um satélite em órbita. Cada uma destas transformações altera o jogo de relações entre todos os elementos, reconfigurando a própria comunicação e, portanto, transformando o imaginário.

Do ponto de vista da compreensão do imaginário, qual a implicação desta forma de conceber a comunicação? Se, como afirmei anteriormente, o imaginário é construído pela comunicação, sob a influência ativa das tecnologias comunicacionais, o que emerge é um imaginário que se complexifica, permanentemente em transformação no devir histórico, *mas firmemente ancorado nos movimentos do social*. O surgimento de uma lei para regulamentar a propriedade dos meios de comunicação, uma inovação tecnocientífica ou mesmo a ampliação da oferta de mensagens ocasionada pelo desenvolvimento econômico de

⁹ A questão da “inovação” na história das tecnologias comunicacionais foi bem abordada por Brian Winston (1998).

um país reverberam na constituição do imaginário.¹⁰

Além disso, o imaginário surge como hibridização de tecnologias de comunicação que incluem os chamados “meios” e as trocas “não mediadas”.¹¹ A noção de complexificação implica que cada elemento transformado atua sobre todos os demais (evidentemente, em proporções e intensidades distintas que, a rigor, não podem ser apreendidas empiricamente, mas apenas supostas e percebidas em seus efeitos). Assim, o imaginário constitui-se a partir das tensões entre conversas cotidianas, símbolos e ritos coletivos, transmissões radiofônicas, tecnoimagens, interações telemáticas etc. Tudo isso ocorre ao mesmo tempo, de maneira indiscernível do ponto de vista da experiência cotidiana individual. Daí a impossibilidade de compreender a comunicação a partir das teorias “transmissionistas”,¹² que não levam em consideração a infinita multiplicidade¹³ de relações que se estabelecem em cada

¹⁰ Um exemplo interessante vem do mercado publicitário no Brasil. Segundo Rocha (2010), o desenvolvimento da publicidade brasileira, com sua ênfase quase monopolística na televisão, foi resultado direto de políticas desenvolvidas durante o regime militar. Esse desenvolvimento, no entanto, criou as condições para uma acumulação de capitais no setor, o que possibilitou o investimento em aprimoramento técnico constante, colocando a publicidade brasileira entre as mais importantes do mundo. O mesmo não se deu, por exemplo, com o cinema nacional. Assim, vê-se como decisões governamentais baseadas em interesses pontuais terminam por imprimir um certa orientação à comunicação, o que reverbera na constituição do imaginário.

¹¹ Em alguma medida, toda troca comunicacional é mediada, uma vez que se dá a partir de linguagens e de suportes, mesmo que se trate de um contexto interpessoal sem a presença de aparatos tecnocientíficos.

¹² Para uma visão sobre as chamadas teorias “transmissionistas” da comunicação veja-se Wolf (1999).

¹³ Isso não significa que a comunicação seja um processo totalmente caótico ou aleatório. É possível identificar tendências e linhas de força

contexto, a cada momento. Não há um imaginário produzido pela TV ou pela internet: o que, fenomenologicamente, aparece na experiência cotidiana é o *continuum* da comunicação, constituído pela percepção conjunta de todas as tecnologias que cruzam os indivíduos, da fala ao ciberespaço. Cada “meio” colabora nessa construção partilhada com um aporte específico, a partir de um “lugar” específico. Esse “lugar” não é apenas técnico, mas inclui interesses empresariais e profissionais, poderes e contrapoderes. Além disso, esse “lugar” é ele mesmo previamente “imaginado”, ou seja, constrói-se a partir da representação que cada grupo faz de si mesmo e do social.

O imaginário na internet

O caráter “imaginado” dos “lugares” sociais ocupados pelos meios de comunicação é outro aspecto que deve ser levado em consideração para a compreensão do imaginário: a mesma imbricação tensa entre os modos de comunicação comparece *na construção* das mensagens e representações que constituem aquilo que se conhece como “conteúdo” da comunicação. Isso porque, como sustentei anteriormente acompanhando Castoriadis, o imaginário é um instituinte/instituído, ou seja, ele cria a comunicação ao mesmo tempo em que é criado por ela.

Os signos que circulam em uma determinada tecnologia comunicacional resultam da vigência de um imaginário que não se reduz a nenhuma tecnologia em particular, mas que é um “momento” específico do “imaginário” geral. Para exemplificar, é possível argumentar que os conteúdos que circulam pela internet sejam produzidos a partir de significados sobre a própria internet (sobre o que ela é

dominantes embora as resultantes da hibridização sejam, por princípio, indetermináveis.

ou deveria ser, sobre quem a faz ou deveria fazer). É assim que, por exemplo, a internet é socialmente vista como um meio “democrático” e quem a utiliza parte dessa “expectativa imaginada”.

Isso implica que, do ponto de vista do imaginário, não é possível considerar nenhuma relação de equivalência entre uma tecnologia comunicacional específica e seu conteúdo. Cada tecnologia não faz senão expressar o imaginário “geral” no contexto de seu modo de produção, a partir de estratégias, dispositivos tecnocientíficos e interesses particulares. É como se esse “imaginário geral” fosse atualizado em cada ato de fala concreto, a partir das determinações estruturais de seu contexto.

Do ponto de vista mais empírico, cada tecnologia concreta compartilha seus conteúdos com todas as demais para a construção do *continuum* comunicacional que constitui uma certa “paisagem midiática”. Os exemplos de constituição dessa hibridização são abundantes e frequentes: são os “bordões” humorísticos e publicitários da TV e do rádio que invadem a fala cotidiana, a presença das celebridades do cinema nas capas das revistas, os efeitos sonoros do rádio que aparecem na televisão e a lista poderia seguir por páginas a fio.

Levar em conta o poder instituinte do imaginário, ou seja, sua capacidade de intervir e modular a percepção do real e do agir humano, é relevante para um dimensionamento mais realista do papel ocupado pela internet na cultura contemporânea. Do ponto de vista do imaginário, talvez estejamos mais longe da “morte da cultura de massa” do que se pode imaginar.

É notável como os horizontes da paisagem midiática surgem com muita clareza demonstrando mais a complexificação do que o surgimento de uma nova cultura. Essa complexificação pode ser capturada pela análise

do uso concreto que se faz das tecnologias digitais de comunicação.

O relatório *Zeitgeist*, publicado pelo Google, enumera quais as buscas mais frequentes em um dado período, tanto globalmente quanto em um país específico. Como o Google pode ser considerado (pelo menos por enquanto) uma das principais formas de se localizar um tema na rede, a lista é um bom indicativo de uma parte daquilo que os usuários fazem online.

Em 2010, os principais termos foram: 1. Larissa Riquelme; 2. Formspring; 3. Justin Bieber; 4. BBB 2010; 5. Enem 2010; 6. Restart; 7. hotmail.com.br; 8. Luan Santana; 9. Assistir filmes online; 10. globo.com.br.¹⁴

Em 2011, os dez termos mais buscados foram: 1. Facebook; 2. BBB 2011; 3. Ddtank; 4. Rebelde; 5. Insensato Coração; 6. Concursos 2011; 7. Tumblr; 8. Brasileirão 2011; 9. Enem 2011; 10. Cordel Encantado.¹⁵

A presença de termos de busca oriundos do universo das mídias convencionais é marcante. Dos 20 temas mais acionados, 12 são diretamente relacionados ao que se denomina “mídia de massa”, com destaque para programas de televisão e estrelas da indústria fonográfica.

Talvez não seja possível medir a força do “agenda-mento” (Wolf, 1999:144-147) que a mídia massiva exerce sobre o conteúdo da Internet, mas, certamente, ela não é desprezível. É evidente que os usuários acabam por transformar os conteúdos a partir de sua experiência e interesse

¹⁴ Google. *Zeitgeist 2010: como o mundo pesquisou*. Disponível em: <www.google.com.br/intl/pt-BR/press/zeitgeist2010/regions/br.html>. Acesso em 27/06/2011.

¹⁵ Google. *Zeitgeist*. Disponível em: <www.googlezeitgeist.com/en/top-lists/br/fastest-rising-searches>. Acesso em 26/12/2012.

pessoais,¹⁶ mas, pelo menos desde a consolidação dos chamados “estudos da recepção” em comunicação, sabemos que os “usuários” de qualquer meio sempre fizeram isso. A novidade é que, com a internet, ampliou-se o potencial de repercussão de conteúdos da mídia massiva de maneira inédita, o que pode indicar não o arrefecimento da cultura de massa, mas, de alguma forma, o seu fortalecimento.

Cultura de massa e cultura digital se complementam não apenas no nível dos conteúdos, mas também no seu processo de produção. Cada vez mais, os meios “tradicionais” incorporam a linguagem e a estética das produções “caseiras” que circulam pela internet, simulam “hiperlinks” e retransmitem mensagens postadas pela internet como uma forma de “interatividade”. Do outro lado, produções “profissionais”, usando recursos da grande mídia são cada vez mais comuns no ciberespaço. As empresas ocupam espaço na cena telemática, criando mecanismos de emissão mais eficientes e fragmentados, ainda que consigam uma expressiva visibilidade graças aos mecanismos de repercussão típicos da rede. Um exemplo interessante é o comercial “Eduardo e Mônica”, da empresa de telefonia Vivo. A peça, produzida por dois ícones da cultura de massa (a agência de publicidade África e a produtora de cinema O2 filmes) conseguiu quase 1,8 milhão de visualizações no YouTube em menos de 24 horas.¹⁷

Nada do que foi exposto nega que a chamada “cultura digital” possua especificidades de natureza ou de grau. É empiricamente observável que a internet está sendo

¹⁶ Esse é o fenômeno que André Lemos (2005) tentou capturar com a expressão “remix”.

¹⁷ UOL Tecnologia. *Eduardo e Mônica*. Disponível em: <uoltecnologia.blogosfera.uol.com.br/2011/06/09/eduardo-e-monica-vivo-nega-que-tenha-copiado-ideia-de-comercial-do-dia-dos-namorados-feito-ha-11-anos>. Acesso em 11/07/2011.

usada para fins distintos da mera repercussão ou comentário dos temas expostos pela agenda midiática tradicional e esse uso, pelo menos a princípio, confere à telemática uma relativa autonomia. A troca simbólica que acontece pela rede, além de alimentar os circuitos massivos, é capaz de mobilizar grupos e discursos para além desses circuitos. O que não se pode é superestimar essa autonomia e confundir-la com uma “liberdade irrestrita”, como se a internet fosse um mundo comunicacional à parte (e que, ao fim, implicaria apenas alienação e autismo). A questão é que apenas uma pesquisa empírica de profundidade poderia, de alguma forma, identificar qual é o “uso concreto médio” que se faz da internet, entendendo-se esse “uso” como os hábitos de navegação estabelecidos em determinada população ou região. Como hipótese, apoiada nas pesquisas citadas e em outros estudos, é absolutamente legítimo aventar que, nas condições socioculturais do Brasil, o uso da internet como “caixa de ressonância” da mídia convencional é a regra, e não a exceção.

Elementos para a compreensão do imaginário na cibercultura

Pelo que foi exposto anteriormente, é possível levantar algumas hipóteses sobre o modo como pode proceder a pesquisa acerca do imaginário na cibercultura. Ressalto que os caminhos aqui aventados não excluem outras perspectivas, metodologias ou referenciais teóricos, embora certamente sirvam como parâmetro para a autocrítica da pesquisa, no que tange à validade de sua abordagem. Essas hipóteses são:

1. A pesquisa deve focar a experiência concreta vivida, e não as características dos meios particulares.

A paisagem midiática, que é constituinte do mundo

cotidiano de uma grande parte da humanidade, resulta da complexidade de relações estabelecidas entre um número crescente de elementos. O imaginário que se constrói, por implicação, a partir destas relações complexas não pode ser reduzido a nenhum de seus componentes em particular. A pesquisa sobre o imaginário na cibercultura é, antes de tudo, uma reflexão sobre a construção social do imaginário a partir da paisagem comunicacional vigente em um certo contexto.

2. O contexto local não mediado é extremamente relevante.

O imaginário sempre se constrói com a forte presença de elementos locais (que consideramos, aqui, parte integrante das tecnologias de comunicação não mediadas por dispositivos tecnocientíficos, como a fala e o gestual) e nunca exclusivamente a partir da paisagem midiática. A conversa cotidiana e as relações interpessoais estabelecem parâmetros para a construção do imaginário.

3. Embora se constitua teoricamente como uma unidade, o imaginário apresenta-se como fragmentário.

A grande influência dos contextos locais, referida anteriormente, implica uma imensa diversidade de relações potenciais e um alto grau de indeterminação, ou seja, um caráter eminentemente fragmentário do “imaginário”, embora, a princípio, possam ser detectadas tendências majoritárias, inclinações e reiterações dotadas de sentido. São essas tendências, redutíveis a valores e representações, que constituem um dos objetos privilegiados da pesquisa empírica.

4. O imaginário é uma construção coletiva, marcada por elementos de ordem emocional.

A forte presença do elemento local ainda torna o estudo do imaginário na cibercultura imbricado com estudo das *vinculações* mediadas pelos aparatos telemáticos. Isso porque os significados são partilhados no interior de grupos sociais e apenas neles podem produzir efeitos. Assim, ocorre um outro nível de análise possível, para além do indivíduo, que é o nível da experiência coletiva. A ampliação deste nível e sua reflexividade (o grupo que vê a si mesmo a partir de construções do imaginário) podem ser apreendidas nas formulações de Baczko acerca do “imaginário social”.

5. As tecnologias comunicacionais não são neutras em relação ao imaginário.

Cada tecnologia comunicacional em particular imprime suas próprias características ao imaginário socialmente produzido. Essas características não são apenas tecnológicas e nunca aparecem “puras”, mas hibridizadas como todas as demais, tecendo redes de cooperação e conflito de topologia indeterminável *a priori*.

6. O imaginário é um produto histórico.

Isso implica que ele é derivado de condições sociais, econômicas e culturais específicas, assim como é sensível a transformações tecnológicas. Assim, o imaginário abre-se para ser compreendido a partir de metodologias diacrônicas, a partir de um ponto de vista que compreenda suas transformações internas, como a análise genealógica e o materialismo histórico, por exemplo.

Conclusão

Essas hipóteses não têm a intenção de “legislar” sobre a pesquisa do imaginário, mas de levantar questões epistemológicas e teóricas que permitam a construção de

pesquisas que não se deixem fascinar pelo objeto estudado, possibilitando uma autocrítica atenta e vigilante.

Fatos sociais (como uma eleição presidencial) que se pretendam explicar a partir de teorias sobre a influência da mídia não podem isolar meios específicos, atribuindo-lhes um papel de monopólio sobre a construção do imaginário. Essa abordagem poderia significar um retorno às antigas teorias manipulatórias “transmissionistas”, com uma roupagem de interatividade *high-tech*, mas que, no fundo, estão fechadas à complexidade da construção social do imaginário.

Isso não significa que nenhuma pesquisa seja possível e que toda afirmação seja contextual e provisória (o que remeteria as ciências sociais ao pesadelo relativista do pós-modernismo teórico), mas que critérios abrangentes permanecem como um excelente guia para o olhar do pesquisador, em meio à complexidade da paisagem midiática contemporânea.

Para finalizar, parece-me inegável que a internet ocupe e venha a ocupar cada vez mais intensamente um papel central na dinâmica da comunicação e, por consequência, na própria tessitura do social. Mas, certamente, ela não é a explicação para tudo.

Referências

- CAZELOTO, Edilson e BREDARIOLI, Claudia. “Internet na periferia: entre o potencial e o uso concreto”. *Galáxia*, v. 8, n. 16, 2010, p. 79-90. Disponível em: <revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1920/1186>. Acesso em 11/07/2011.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- BACZKO, Bronislaw. *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.
- LEMO, André. *Cibercultura remix*. São Paulo: Itaú Cultural, 2005. Disponível em: <www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/an-

drelemos/remix.pdf>. Acesso em 11/07/2011.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. *A nova retórica do capital: a publicidade brasileira em tempos neoliberais*. São Paulo: Edusp, 2010.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1990.

SILVA, Juremir Machado da. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

WINSTON, Brian. *Media, technology and society: a history from the telegraph to the Internet*. Routledge: London; New York, 1998.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

SEGUNDA PARTE

Visualidades

Fotografia e jornalismo: da prata ao pixel – discussões sobre o real¹

Dulcília Helena Schroeder Buitoni

Que o ser humano sempre se relacionou com narrativas, imaginadas ou contadas a partir do real, isso sabemos. Que sempre tentou elaborar representações visuais de suas histórias, também sabemos. Nem foi preciso antropólogos explicarem tais inclinações: muito antes os filósofos teorizaram acerca de relatos verbais e imagens visuais.

Ora, se o jornalismo foi se constituindo como comunicação de sucessos sociais e culturais, era natural que a presença de visualidades figurativas se impusesse como necessidade. Por que as imagens e as sucessivas inovações tecnológicas foram se incorporando à quase totalidade dos formatos jornalísticos? Que função cumpre a imagem junto ao texto jornalístico? Talvez estejamos buscando uma fenomenologia da imagem jornalística: refletir sobre critérios de utilização e validação. E a imagem jornalística por excelência tem sido a obtida por técnicas que podemos generalizar como aparatos fotográficos. Além do desenho, da

¹ Publicado originalmente na revista *Líbero*, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Cásper Líbero (ano X, n. 20, dezembro 2007, p. 103-111).

pintura, da infografia, a fotografia ou as construções para-fotográficas – para usar a expressão de Pepe Baeza (Baeza, 2001:30) são os procedimentos técnico – expressivos mais determinantes do conteúdo visual da imprensa.

Re-ver alguns percursos que fizeram inquições sobre a natureza jornalística de uma imagem – eis um primeiro passo, que será acompanhado por uma exemplificação concreta de uso da iconografia no jornalismo brasileiro. Este texto pretende levantar as principais linhas teóricas que discutem a relação entre a fotografia e o real, além de apontar algumas ocorrências significativas.

Consideramos que a imagem existe entre o imaginário e a realidade. A instrumentação técnica traduz sob uma forma gráfica uma percepção humana do mundo. Representação mental e técnicas se associam: a instrumentação concretiza a ligação entre o imaginário e o real ao fabricar uma imagem.

Natureza indicial

Uma pergunta possível é sobre os motivos que tornam uma foto jornalística. Por que uma foto é considerada jornalística? Que usos sociais legitimam essa qualificação?

A maioria dos estudiosos da imagem aponta a natureza indicial da fotografia como um elemento fundante de seus usos e aplicações. O vínculo físico entre o referente e a foto é a pedra de toque que justificou a credibilidade e a veracidade dessa reprodução técnica. Esse liame da cena, pessoa ou objeto com o momento exato do disparo somou-se à aura científica do contexto histórico em que a invenção fotográfica surgiu, contribuindo para a ideia de registro fiel. Philippe Dubois (1994) e Jean-Marie Schaeffer (1996) acreditam que a perspectiva mais produtiva para analisar a fotografia é priorizar o índice.

Qualidades como objetividade, transparência, verdade, foram sendo assumidas pelo discurso jornalístico, que adotou a fotografia como reprodução confiável do real, assim como arquivos fotográficos dos órgãos do estado e a fotografia usada como prova judicial.

A fotografia como espelho da realidade ainda conserva um fundo de justificativa para o senso comum, apesar de os teóricos apontarem as inúmeras intervenções que o processo sofre, do disparo até chegar à página impressa ou em telas na web. Mesmo a própria vivência dos usuários de câmeras digitais, que sabem das manipulações – e as realizam – não é suficiente para que se desconfie da veracidade da foto jornalística ou não jornalística.

Já nos anos 80, Arlindo Machado, com seu clássico *A ilusão especular*, dissecava, um a um, os elementos que fazem com que o espelho seja mera ilusão:

O que nós chamamos aqui “ilusão especular” não é senão um conjunto de arquétipos e convenções historicamente formados que permitiram florescer e suportar essa vontade de colecionar simulacros ou espelhos do mundo, para lhes atribuir um poder revelatório. A fotografia em particular, desde os primórdios de sua prática, tem sido conhecida como “espelho do mundo”, só que um reflexo dotado de memória. (...) Ora, se é verdade que as câmeras “dialogam” com informações luminosas que derivam do mundo visível, também é verdade que há nelas uma força muito mais que reprodutora (Machado, 1984:10).

John Tagg, professor de história da arte e da fotografia na New York University discorre sobre o peso da representação na fotografia, afirmando que a natureza indicial é enormemente complexa e não pode garantir nada no âmbito do significado:

O que estabelece o vínculo é um processo técnico, cultural e histórico discriminatório no qual determinados mecanismos óticos e químicos são postos em ação para organizar a experiência e o desejo de produzir uma nova realidade: a imagem em papel que, através de outros novos processos adicionais, pode chegar a ter significado de muitas maneiras possíveis (Tagg, 2005:9).

O autor se refere à fotografia convencional, analógica, mas tais considerações podem ser aplicadas com mais razões ainda à fotografia digital. Tagg continua se perguntando como esses processos poderiam ser reduzidos a uma garantia fenomenológica. Ora, em cada etapa, os efeitos do acaso, as intervenções intencionais, as escolhas e as variações produzem significado, independentemente da habilidade que se aplique e da divisão de trabalho que haja.

Nessa linha de raciocínio, cada inovação tecnológica da fotografia também produziu embates e alterações desde a matriz do índice até as sucessivas visualizações dos produtos difundidos pelos meios de comunicação e/ou arquivados ou contemplados em consumo privado.

Imagens pré-fotográficas e fotográficas na imprensa

Voltemos no tempo: vamos às imagens que eram feitas diretamente pela mão humana; voltemos às imagens pré-fotográficas. Mesmo antes da prata, o desenho realista construía o jornalismo visual. Matérias com imagens existiam antes do aparecimento da fotografia. Na primeira metade do século XIX, ilustradores iam aos lugares onde os fatos estavam acontecendo ou já haviam acontecido e elaboravam gravuras que acompanhavam os textos. Cenas da vida política, retratos, paisagens, catástrofes, crimes, batalhas eram cuidadosamente elaboradas no intuito de trazer uma representação a mais realista possível.

A fotografia não substituiu tão fácil e rapidamente o desenho na imprensa. Há relatos de que durante um bom tempo nos jornais europeus a fotografia servia de modelo para o gravurista e de que o público atribuía mais credibilidade ao desenho do que à foto. Mesmo no século de grande aceitação da ciência – e a invenção da fotografia está relacionada ao desenvolvimento científico – esta é uma situação em que a nova tecnologia não suplantou de imediato a anterior.

No Brasil, o clima não foi diferente. Apesar da grande difusão da fotografia, muitas publicações preferiam os desenhos descritivos. Frequentemente, as fotos funcionavam como registro de uma cena que seria transformada em gravura. A revista *Semana Ilustrada* formou um corpo de fotógrafos com jovens oficiais que estavam indo para a Guerra do Paraguai (1864-1870). As fotos tiradas pelos militares eram reproduzidas em litografia (Andrade, 2004).

A *Revista da Semana*, editada no Rio de Janeiro, surgiu em maio de 1900 e foi até o final da década de 1950; trouxe fotos desde seu primeiro número. Durante muito tempo era a responsável pelo imaginário visual brasileiro. Comemorações, paisagens, personagens iam mostrando caras e cenas posadas; um ou outro flagrante, numa estética bastante ufanista.

Depois, o imaginário visual passou para as páginas de *O Cruzeiro* (início em 1928), que realmente implantou e desenvolveu uma mentalidade de fotojornalismo entre nós. A revista de Chateaubriand apresentava um certo Brasil aos brasileiros: cidades, paisagens, cenas folclóricas, tipos regionais, crimes, os índios – sendo contatados e trazidos para a “civilização” –, artistas do cinema americano, artistas do rádio, políticos, inaugurações, carnaval... Alguns fotógrafos, como o francês Jean Manzon, criaram estilos de fotoreportagem. Havia manipulação? Claro, como bem demons-

trou Helouise Lima Costa em sua dissertação de mestrado “Aprenda a ver as coisas”. A revista *Manchete*, da editora Bloch, lançada em 1952, também foi uma vitrine do Brasil. Apoiou e acompanhou a construção de Brasília: mais do que texto, era uma revista que privilegiava a fotografia.

Dois jornais cariocas colocaram a imagem fotográfica no eixo de suas fórmulas editoriais: *Última Hora*, de 1951 e o tradicional *Jornal do Brasil*, fundado em 1891. Samuel Wainer, o criador do *Última Hora*, valorizou a presença do visual nesse diário que revolucionou o jornalismo brasileiro. Grandes fotos na primeira página, fotos de esporte – geralmente futebol – na contracapa do segundo caderno. Também começou a fazer uso de fotos em cor; e inovou ao publicar os créditos dos fotógrafos.

Nos anos de 1950 e 1960, o *Jornal do Brasil* passou por longo e criativo processo de modernização. Responsável pela diagramação, o artista plástico Amílcar de Castro deu espaço e destaque à fotografia. Nessa época, o diretor de redação era Odylo Costa Filho e Reinaldo Jardim chefiava o inovador *Suplemento Dominical*. Jânio de Freitas dirigiu a redação a partir de 1959; em 1962, o cargo foi ocupado por Alberto Dines. Ambos exploraram as potencialidades do discurso fotográfico, que resultaram inclusive em Prêmios Esso. As funções de editor de fotografia foram delineadas no *JB*, em meio a outras estruturas novas como comitês editoriais e a instalação do Departamento de Pesquisa. Nesse período foi editado o *Caderno de Jornalismo do Jornal do Brasil*, publicação que discutia questões teóricas e práticas da área e que serviu inclusive de apoio didático aos nascentes cursos de jornalismo da década de 1960.

O *Jornal da Tarde*, do grupo *O Estado de S. Paulo*, criado em 1966, também representou uma ruptura na estética dominante em termos de imagem: diagramação inovadora, fotos que tomavam toda a primeira página, man-

chetes criativas. Talvez foi um dos jornais mais avançados do mundo, em sua época. Nos anos 1970, o *Jornal de Brasília* também realizou experimentações com fotografias jornalísticas. Em 1966, a Editora Abril lançou *Realidade*, uma revista que praticou jornalismo de grandes reportagens em texto e foto, trabalhando numa estética documental. Como o próprio nome dizia, buscava-se registros da realidade.

Até os anos 1960, não se discutia muito a qualidade da representação do real ou não da foto jornalística. A aceitação de que havia uma grande dose de verdade era bastante implícita, fazia parte da circulação dessas mercadorias culturais. Pesquisadores europeus como Barthes, Luc Boltanski e Bourdieu começaram a discutir as relações da fotografia com o real. Barthes apontou as alterações de significado em *A mensagem fotográfica*; Bourdieu foi atrás de usos sociais, do excedente de significação que as fotografias podem revelar.

Embrião narrativo

Por mais que tenhamos consciência das interferências e manipulações, o substrato do real permanece ao justificar a foto, seja jornalística, seja familiar. Pepe Baeza aceita esse substrato do real, esse vestígio, mas considera que o fotojornalismo está em crise (Baeza, 2001). Ele crê que as imagens televisivas dominam a iconosfera e determinam modelos de comportamento e uniformização do gosto em todo o mundo. Nesse sentido, a imagem impressa deveria criar referências distintas das televisivas. Baeza defende a imagem como forma de pensamento. Mostra como a indiferenciação de conteúdos, a mistura de discursos publicitários com jornalísticos conduz a um consumo acrítico de imagens. Com as imagens virtuais, a aceleração aumenta e também o efêmero, a cultura-mosaico, a saturação... E o apagamento das narrativas.

Defendendo a função documental e testemunhal, Baeza propõe a divisão das fotos de imprensa em dois grupos – fotojornalismo e fotoilustração. A fotoilustração cumpre as funções clássicas da ilustração: descrever, explicar, detalhar. O fotojornalismo inclui a função profissional, de longa tradição histórica; e um tipo de imagem canalizada em função dos valores de informação, atualidade, relevância política/social/cultural. O fotojornalismo também é influenciado pela fotografia documental, que igualmente tem compromisso com a realidade, mas busca fenômenos mais estruturais do que a conjuntura noticiosa. Um exemplo de fotografia documental são os trabalhos de Sebastião Salgado.

Baeza relaciona a foto jornalística com a conjuntura de produção noticiosa. Gostaríamos de acrescentar dois elementos que ajudam a definir a natureza jornalística. Um é o flagrante, já apontado por alguns autores. Ao imobilizar um quadro de uma sequência, o congelamento temporal fica mais evidente: o flagrante seria mais “jornalístico” que outras fotos. Outro elemento é o que chamamos de “embrião narrativo” (muitas vezes presente no flagrante) – quando a imagem nos dá pistas de uma ação a ser continuada, ou que pelo menos nos sugira a existência de ações – antes ou depois – da cena registrada. Nessa linha, fotos com pessoas – naturalmente personagens de ações – também seriam mais “jornalísticas”.

A narratividade que pode estar presente numa foto isolada é a mesma potencialidade narrativa de um fragmento de ação. O jornalismo tem uma natureza intrinsecamente narrativa, pois relata ações humanas. Daí, podemos inferir que uma foto que apresenta uma narratividade latente estará mais apta a fazer interface com o texto. Barthes apontou manipulações em seu artigo sobre a mensagem fotográfica (Barthes, 1970), mas no livro *A câmara clara*

reafirma em cada parágrafo uma convicção realista. Para ele, há uma conexão existencial entre a coisa necessariamente real que foi captada pela objetiva e a imagem resultante desse ato. Philippe Dubois, no seu *O ato fotográfico* afirma que essa conexão existe apenas nessa fração de segundo do disparo; aliás, esse é o motivo de sua obra ter a palavra “ato” no título.

Talvez essa aderência visceral ao referente seja a justificativa epistemológica principal para a foto jornalística. Entendemos ainda que a imagem que se quer documental – ou memória – pede uma relativa estabilidade. Enfim, trata-se de fixar um aspecto que conserve algum traço de veracidade. Isso nos conduz a uma certa fixidez, numa época em que as imagens apresentam tanta mobilidade e impermanência. Ora, a imagem fotográfica, para Barthes, era indício de morte. Morte, porque aquela cena foi única e não existe mais. Ao mesmo tempo, traz para o presente aquele referente.

Mas a imagem digital, ao surgir na tela, parece estar se presentificando inúmeras vezes. O registro do passado (até por a datação ser mais volátil), como por exemplo, os álbuns familiares na web – fica mais fluido: todos estão num arquivo virtual e podem ser atualizados a qualquer momento.

Representação, poder e controle

Nem a experiência concreta nem a realidade podem ser separadas das linguagens, das representações, no seio das quais se articulam. Baeza (2005:83) chama atenção para o sistema discursivo, dizendo que é real o que faz com que a cópia impressa seja algo mais do que papel. Assim, não se deve pensar na “magia” do meio, mas nos processos conscientes e inconscientes através dos quais a fotografia pode assumir um significado. “O que é real não

só é o elemento material, mas, também o sistema discursivo do qual também forma parte a imagem que contém. Não é em direção à realidade do passado, mas sim aos significados presentes e sistemas discursivos cambiantes que devemos voltar atenção”.

Na mesma linha, Tagg relaciona a foto utilizada com fins jurídicos a um sistema discurso: “que uma fotografia possa ser levada a um tribunal como prova, não depende de um fato natural ou existencial, mas de um processo social, semiótico” (Tagg, 2005:11). O que Barthes chamava força constativa é uma complexa resultante histórica. Para Tagg, a questão é histórica, e não existencial.

Boris Kossoy, professor e pesquisador, reforçou a ideia da fotografia como documento em vários de seus textos. No entanto, ele também apontou o caráter de representação, mostrando como realidades e ficções convivem numa mesma imagem fotográfica. Assim, estamos diante de um processo de construção de realidades: “O ficcional se nutre sempre da credibilidade que se tem da fotografia enquanto uma pretensa transposição neutra, isenta, automática do real, portanto, enquanto uma evidência documental (herança positivista)” (Kossoy, 2007:54).

Tagg relaciona a estética documental a estratégias discursivas do poder do estado. Assim, esses novos modos de analisar e representar a sociedade (e por vezes, tentando transformá-la), estavam diretamente relacionados à aparição de instituições, práticas e profissões relacionadas a arquivos, vigilância, disciplina, formação, controle.

Enfim, instrumentos de regulação e intervenção social. Ele aponta um aparente conflito entre essa proposição e a grande disseminação da fotografia:

Não existe uma contradição entre o argumento de que o desenvolvimento da fotografia como tecnologia de vigilância e arquivo trazia uma radical inversão do eixo polí-

tico da representação e o reconhecimento do movimento oposto na dispersão e na aparente democratização da fotografia (...)? (Tagg, 2006:25-26).

Migração digital

A imprensa do mundo todo foi-se adaptando à tecnologia digital e jornais e revistas passaram a utilizar a imagem de pixels. Essa migração acrescentou velocidade na produção, transmissão e armazenamento. Além disso, multiplicou as possibilidades de edição e manipulação. O próprio fotógrafo já edita, ao descartar, nos segundos seguintes, a imagem que não lhe pareceu boa. Jornais e revistas adotaram as fotos digitais, mas essa nova tecnologia não trouxe transformações expressivas em termos informativos e estéticos.

Mesmo com o aumento de opções de produção e edição, o jornalismo na web também não tem explorado a fotografia digital. A maioria dos jornais e sites com conteúdo jornalístico não utilizam as potencialidades da fotografia. Quase sempre as imagens compõem com uma função identificatória, operando apenas no sentido do reconhecimento de uma celebridade, no reconhecimento de um acidente, uma tragédia, um encontro político. Prejudicadas também pela limitação de tamanho, as fotos na web geralmente são menores devido às dimensões da tela, pois não podem ser exploradas como nos jornais e revistas.

O "grande" fotojornalismo é pouquíssimo presente na web. Há algumas exceções, como o Clarín.com, da Argentina que reserva muito espaço para fotorreportagem e para produtos multimídias com utilização criativa de imagens fotográficas. O Clarín dá bastante força à autoria: os fotógrafos são valorizados seja por créditos, seja por ensaios.

Em pesquisa com diários digitais espanhóis, José Maria Caminos Marcet e outros professores constataram

que a fotografia é um dos elementos informativos que mais dificuldades está tendo para se adaptar ao novo meio, tanto em termos qualitativos como quantitativos. Analisando as edições digitais dos jornais *El País*, *ABC*, *La Vanguardia* e *El Mundo*, de uma semana do ano 2000, comparada a mesma semana do ano de 2006, verificaram que a utilização era de qualidade inferior ao que se via nos veículos impressos. Em 2000, a fotografia era escassa e repetitiva; em 2006, houve um aumento de quantidade, mas não se observou uma mudança significativa de qualidade. Todos apresentam “galeria de fotos” ou álbuns com reportagens ou ensaios fotográficos; no entanto há pouca criação. As fotografias das primeiras páginas não têm a mesma relevância das edições impressas; são um mero adorno, um cromo que rompe a monotonia. A foto se converte em mera acompanhante do texto. Apesar do aumento no número de fotos no conjunto de cada edição, a imagem fotográfica ainda não encontrou o seu verdadeiro lugar na web.

A migração da imagem fotográfica do meio impresso para o suporte digital-eletrônico está acarretando uma profunda transformação na produção, fruição e armazenamento, que talvez ainda não percebamos porque estamos mergulhados na aceleração, no uso mais comum, na imagem descartável e sempre substituída e substituível. O webjornalismo ainda está engatinhando na utilização desse campo imagético construído por matrizes fotográficas. A imagem digital propiciou espetacularidade e mobilidade. Em alguns jornais, como o *Clarín*, a fotografia é usada como link para texto gráfico, texto sonoro, como chave para conexões hipertextuais. O *Clarín* ainda é uma exceção. Suas fotos apontam para o real, mas trabalham com a complexidade da imagem, dentro da conceituação explorada pelo pesquisador da Universidad Autònoma de Barcelona, Josep M. Catalá.

Català e o fotógrafo, crítico e professor Joan Fontcuberta trazem reflexões que nos auxiliam a analisar a fotografia de pixels. Fontcuberta reuniu numa antologia – *Estética fotográfica* – textos clássicos da teoria da imagem fotográfica. Vinte anos depois, publica uma nova edição e, no prólogo, discorre sobre as mudanças havidas nesse período. Pondera que existe um consenso em contemplar a fotografia como uma forma de ver que impregnava toda a cultura moderna – e assim os conceitos de objetividade, verdade, memória. Esses temas ainda persistem, mesmo com toda a problematização dos contextos atuais. Hoje, diz Fontcuberta (2007:9): “O que queremos saber é como essa combinação de luz, espaço e tempo adquire um sentido para nós (...)”.

O fotojornalismo pede o índice, necessita do índice para se legitimar. É quase uma exigência filosófica. Porém, onde está o índice na imagem digital? Como conciliar essa necessidade pragmática do registro jornalístico com essa tecnologia de índices deslizantes? As tecnologias operam cortes, fraturas, apagamentos:

Por uma parte, a tecnologia digital acentua a fratura entre imagem e suporte, entre informação e matéria. A tecnologia digital desmaterializou a fotografia, que se torna hoje a informação em estado puro, conteúdo sem matéria, cujo poder de fascinação passará a se reger por fatores novos. Por outro lado, a substituição do grão de prata pelo pixel não equivale a uma mera transformação de suportes; e sim nos obriga a reconsiderar a essência mais íntima do meio. O estatuto icônico do registro fotográfico convencional está suplantado por outro, distinto, que se acerca, por um lado, ao estatuto da pintura e por outro, ao da escritura (Fontcuberta, 2007:8).

Se o processo de fabricação fotográfica está se aproximando da pintura e da escritura, então a imagem

está prenhe de complexidade. No entanto, a facilidade de registro e reprodução e os princípios de eficácia econômica têm afastado o jornalismo da utilização das potencialidades da imagem complexa. Em seu alentado tratado sobre a imagem, Josep M. Català mostra de onde parte sua reflexão:

(...) é desta arquitetura que combina o interno e o externo, o fixo e o móvel, o espaço e o tempo, o subjetivo e o objetivo que surge a verdadeira complexidade visual (...) Tratava-se de pensar as imagens mas também de pensar com as imagens, para colocar sua particular fenomenologia e os problemas epistemológicos, cognitivos e estéticos que as envolvem (Català, 2005:22).

E há a questão das imbricações com o texto verbal. Mais adiante, Català chama a atenção para as relações verbais/visuais nas páginas da web:

Estas páginas são disposições primordialmente visuais; são, em uma palavra, imagens. Pouco a pouco os pesquisadores se irão dando conta de que o fato de um número tão elevado de textos se encontre em uma situação de proximidade permeável (contiguidade mais digital que espacial) promove a possibilidade de interconexões entre os mesmos, que por sua vez abrirão o caminho a novos espaços fenomênicos” (Català,2004:85).

Aí entra o raciocínio visual que engloba o conceito de imagem complexa. O autor considera que imagens complexas vêm sendo utilizadas de maneira bastante intuitiva e que suas potencialidades devem ser ampliadas. Questões sobre as relações texto/imagem seriam motivo para outro trabalho, pois não cabem na discussão aqui empreendida. Ressaltamos a importância do conceito de imagem complexa para o estudo das novas configurações fotográficas e deixamos apenas o registro dessa vinculação com o verbal.

A imagem fotográfica contemporânea, entendida e trabalhada em sua complexidade poderia trazer formas mais expressivas e informativas ao jornalismo. E o índice continua presente, embora cada vez mais virtual. Todas as formas de representação estão condenadas a se perguntar, em algum momento, sobre seus traços do real. A fotografia também se depara com o antiquíssimo dilema dos produtores de arte e de literatura: a arte reflete a sociedade? A literatura dá conta de registrar a vida, o mundo?

Por mais que a arte e a literatura se pensem como discursos autônomos – e quantas teorias estéticas não defenderam isso – subsiste sempre a finalidade de reproduzir, de alguma forma, a realidade, nem que seja como alegoria; ou pelo menos a necessidade de construir uma outra realidade que possa influir, de alguma maneira, no real. A referência ao real é inescapável.

De qualquer modo, a fotografia nos seguirá como-
vendo, sejam as crianças de Sebastião Salgado brincando com ossos, seja a imagem do desastre aéreo, o riso irônico do político, o olhar assustado da menina iraquiana... Por que os familiares de vítimas de violência ou acidentes estampam imagens de seus entes queridos em camisetas? A fotografia ainda preserva algum vestígio de e-vidência.

Referências

- ANDRADE, Joaquim Marçal F. de. *História da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2004.
- BAEZA, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- BARTHES, R. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BARTHES, R. "A mensagem fotográfica". In: BARTHES, R. *O óbvio e obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990, p. 11-25.
- BOURDIEU, Pierre. *Un arte medio: ensayo sobre los usos sociales*

- de la fotografía. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.
- CAMINOS MARCET, José María, MARÍN MURILLO, Flora e ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio. "El uso de la fotografía en los diarios digitales españoles". *Comunicación y Sociedad*, v. 19, n. 2, dezembro 2006, p. 9-38.
- CATALÁ, Josep M. *La imagen compleja: la fenomenología de la imágenes en la era de la cultura visual*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Servei de Publicacions, 2005.
- COSTA, Helouise Lima. *Aprenda a ver as coisas*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA-USP, 1992.
- DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico*. Campinas: Papirus, 1994.
- FONTCUBERTA, Joan. *Estética fotográfica: una selección de textos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- KEVIN, Robin. "Nos seguirá commoviendo una fotografía?". In: LISTER, Martin (Org.). *Cultura visual y cambio tecnológico*. Barcelona: Paidós, 1997, p. 49-75.
- KOSSOY, Boris. *Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- LOUZADA, Silvana. "El periodismo fotográfico en la transición de la prensa carioca". *Signo y pensamiento*, v. 25, n. 48, 2006, p. 123-134.
- MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular: introdução à fotografia*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- SCHAEFFER, Jean-Marie. *A imagem precária*. Campinas: Papirus, 1996.
- SOULAGES, François. *Estética de la fotografía*. Buenos Aires: La Marca, 2005.
- TAGG, John. *El peso de la representación*. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.

O fotojornalismo na cultura da mídia e do entretenimento

Simonetta Persichetti

O tempo do olhar e do observar vem se transformando na sociedade contemporânea. Um tempo curto, fugidio, nem sempre permite um mergulho na imagem, muito menos uma relação de eterno retorno – “O tempo projetado pelo olhar é o tempo do eterno retorno” (Flusser, 2002:8) –, um olhar criativo e criador. Cada vez mais o entretenimento se apodera das formas de expressão, alterando as significações de estéticas já estabelecidas.

A superficialidade impede o aprofundamento das questões e problemáticas narrativas do jornalismo e, por consequência, do fotojornalismo. Como um mantra que se repete ininterruptamente e se espalha pelo mundo acadêmico, o tão falado mundo narcísico (remetendo obviamente ao conhecido mito de Narciso) não passa, na verdade, do mundo de Eco (aqui também nos referenciando ao mito, que coincidentemente está diretamente ligado ao mito de Narciso): uma sociedade que simplesmente ecoa representações sociais, construções imagéticas, sem os devidos aparatos de decodificação e, conseqüentemente, de capacidade crítica ou de reflexão.

Neste capítulo, procuramos entender como, nas últimas décadas, a significação do fotojornalismo, sua

construção e interpretação têm se alterado. Também, as discussões que nascem dentro dos parâmetros da chamada cultura da mídia, a partir do incremento de novas tecnologias de produção imagética, que trouxeram à tona a necessidade de se repensar a construção de significados na fotografia de imprensa.

Esse percurso será acompanhado tanto por autores que se debruçam sobre o estudo da fotografia como por outros, que olham e se aprofundam na cultura midiática contemporânea.

Fotografia e produção de sentidos

Jorge Pedro Sousa (2000:14) lembra que a história do fotojornalismo sempre foi conturbada, constituindo-se em “uma história de oposições entre a busca de objetividade e a assunção da subjetividade e do ponto de vista, entre realismo e outras formas de expressão, entre o matizado e o contraste, entre o valor noticioso e a estética”. Essas discussões exacerbaram-se ao longo de todo o século XX, colocando em questão, justamente, a dualidade entre objetividade e subjetividade narrativa, entre credibilidade e confiança, tendo se acirrado com o surgimento da linguagem digital, que levantou suspeita sobre o “verismo” da imagem jornalística.

As discussões, então, passaram a ser feitas exclusivamente no campo da ética. A fotografia, tida como uma máquina de criar certezas (especialmente na área jornalística), começa a ser repensada e vista como resultado do querer de um autor que aponta a câmara para determinado objeto e situação e o/a registra, com a intenção de criar uma história:

Como toda mídia, a fotografia é um reflexo das sociedades que a criaram e adotaram. Pode promover mudanças sociais e pessoais de maneira óbvia ou sutil. Trata-

se de um processo dialético, em evolução e, ainda por cima, inconsciente, que abre novas possibilidades e nega outras (Ritchin, 2012:3).¹

Assim, o que até o advento do digital se aceitava como testemunha ocular, por conta de uma filosofia positivista do século XIX (época da invenção da fotografia), passa a ser repensado, questionado e, muitas vezes, ressignificado. A fotografia, afirma Souza (2000:24), “nasceu no ambiente positivista do século XIX, beneficiando-se de descobertas e inventos anteriores, como as câmaras escura e clara, e da vontade de se encontrar um meio que permitisse a reprodução mecânica da realidade visual”.

A noção de credibilidade fotográfica foi criada pela ideologia positivista, que muito bem servia à sociedade burguesa da época. Esta necessitava de um aparato científico para se firmar no mundo:

Enquanto as imagens tradicionais estavam ligadas a uma necessidade de decifração por sua característica mágica, as técnicas aparentemente não precisam ser decifradas, já que seu significado se imprime de forma automática sobre a superfície como uma impressão digital (Flusser, 2002:13).

Dessa maneira, a partir da crença de uma imagem criada sem a interferência do homem, constituindo apenas um aspecto icônico da realidade, ou como foi definido por Philippe Dubois (1994), um “espelho do real”, durante quase todo o século XX a imagem na imprensa não carecia de decodificação ou análise. “O espelho vai transformar-se

¹ Aqui e em outros textos citados da mesma obra (Ritchin, 2012), em italiano no original, a tradução é livre pela autora, o mesmo valendo para a obra de Vilches (1984), em espanhol no original.

na metáfora mais explosiva da fotografia-documento: uma imagem perfeitamente analógica, totalmente confiável, absolutamente infalsificável, porque automática, sem homem, sem forma, sem qualidade” (Rouille, 2009:66).

O que queríamos ver ou deveríamos saber estava ali estampado, não havendo muito mais a ser dito. Além disso, por causa dessa crença na imagem jornalística como mimese do mundo, criou-se também a ideia de que o fotojornalismo não tinha estética, que o conteúdo prevalecia sobre a forma. Isso também contribuiu para a criação do mito da “verdade documental” da imagem impressa.

As diferentes ideologias, onde quer que atuem, sempre tiveram na imagem fotográfica um poderoso instrumento para veiculação das idéias e da conseqüente formação e manipulação da opinião pública, particularmente, a partir do momento em que os avanços tecnológicos da indústria gráfica possibilitaram a multiplicação massiva de imagens através dos meios de informação e divulgação. E tal manipulação tem sido possível justamente em função da mencionada credibilidade que as imagens têm junto à massa, para quem seus conteúdos são aceitos e assimilados como expressão da verdade (Kossov, 1999:20).

Mas o tempo passou. Com a linguagem digital surgiu uma nova maneira de ver e perceber a fotografia, uma conscientização maior de que ela não apenas não é o resultado de um processo que não necessita da interferência humana, mas uma criação de imagens a partir de narrativas ou representações sociais, construídas através do tempo. É como afirma Ritchin (2012:51): “A linguagem digital desestabiliza a fotografia como fiel registro do visível, a sua nova flexibilidade lhe permite novas aproximações, que talvez no passado tenham sido liquidadas apressadamente ou, quem sabe, consideradas impossíveis”.

Dessa maneira, muda a nossa percepção do “isso aconteceu” para “isso foi encenado”, segundo François Soulages (2010:65). Nessa lógica, é ainda o filósofo francês que nos ajuda a refletir: “A foto é um vestígio. Mas um vestígio de quê?”, ele se pergunta.

A indagação leva a uma reflexão sobre o fotojornalismo e as polêmicas que o acompanham desde o nascimento do fotojornalismo moderno, a partir dos anos 1930. Isso tem a ver não só com a explosão das revistas ilustradas – especialmente na Alemanha, na década de 1920² –, mas também com a tecnologia que se transforma: câmaras de pequeno formato, como a Ermanox e a Leica, permitem mais mobilidade ao fotojornalista, substituindo a estética da pose pela estética do movimento, do instantâneo.

É nessa época, também, que o fotógrafo húngaro Lazlo Moholy-Nagy, pertencente à escola da Bauhaus,³ afirmou: “O analfabeto do futuro não será quem não souber ler e escrever, mas quem não souber fotografar”. O texto de Walter Benjamin “A pequena história da fotografia”, escrito em 1931, termina com essa frase.

Mesmo assim, estabeleceu-se um hiato no pensamento sobre o fotojornalismo, até meados dos anos 1980, quando a semiótica nos trouxe valiosas contribuições para se começar a pensar a fotografia como um texto cultural:

² “(...) as revistas ilustradas, que conhecem um notável incremento na República de Weimar. Nesse período são fundadas várias revistas ilustradas nas principais cidades alemãs e se assiste à renovação de periódicos já tradicionais, como o *Berliner Illustrierte Zeitung*, cuja origem remonta a 1892” (Fabris, 2011:135).

³ Escola de arquitetura, design e artes plásticas que funcionou de 1919 a 1933 na Alemanha. Foi fechada por pressão do nazismo, e muitos de seus integrantes se transferiram para os Estados Unidos.

A fotografia é um traço visível, reproduzido por um processo mecânico e psicoquímico, de um universo pré-existente, mas não adquire significado senão por um jogo dialético entre um produtor e um espectador. Uma imagem é uma manifestação de algo? É reflexo do mundo ou cria uma imagem de mundo? (Vilches, 1984:14).

O valor ficcional das imagens fotográficas é hoje reconhecido. Questionamentos a esse respeito estão há tempo ultrapassados, não fazem mais sentido algum: “Assim como os demais documentos, elas são plenas de ambigüidades, portadoras de significados não explícitos e de omissões pensadas, calculadas, que aguardam pela competente decifração” (Kossoy, 1999:22).

Portanto, embora essa compreensão remonte ao final do século XX, a fotografia, em especial a fotografia de imprensa ou o fotojornalismo, nunca foi, de fato, “a restituição do objeto-mundo, mas a produção de imagens que interpretam alguns fenômenos visíveis e fotografáveis, de um mundo particular existente num espaço e numa história” (Soulages, 2010:34).

Assim, se durante 80 anos de fotojornalismo procuramos vendê-lo, entendê-lo e interpretá-lo como algo diferente de uma visão de mundo ou ponto de vista de alguém, já não é mais possível fazer isso hoje, depois do desenvolvimento da imagem digital. Esta não deve nem pode ser subestimada, como se se tratasse apenas de uma mudança de suporte: leitura rápida e superficial.

Pelo contrário, o digital precisa ser pensado como uma transformação cultural na área perceptiva, afetando, portanto, o fotojornalismo. O ato de fazer a foto não mudou, mas a maneira de perceber e ver o mundo, sim. Nossa percepção foi alterada por meio da possibilidade de um tempo presente eterno, de um “tempo real” – da falsa impressão de que estamos acompanhando os fatos só por-

que esses aparecem à nossa frente à medida que estão se desenvolvendo, causando, portanto, a perspectiva equivocada de conhecimento e de compartilhamento de notícias e fatos:

...dentro de um contexto digital, a mídia vai nos transformar profundamente e permanentemente em um nível fundamental: a nossa maneira de ver o mundo, a nossa concepção de alma, de arte, a nossa percepção da possibilidade. Apressamo-nos a reinventar a mídia seguindo uma fórmula que é absolutamente do marketing, “a revolução digital”, e não ousamos admitir que, na verdade, nessa época assim tumultuada, estamos nos reinventando a nós mesmos (Ritchin, 2012:XV).

A construção imagética se transformou, e o fotojornalismo também: este não opera mais como uma janela para o mundo, como se acreditava no século XIX, nem tampouco como uma janela com aparas, como afirmava Flusser, e, sim, como um mosaico que pode ser reconfigurado e repensado de formas diversas, de modo a criar variadas formas perceptivas e de interpretação dos fatos, das notícias. Não mais uma amostra, mas uma possibilidade entre tantas, ou olhares diferenciados que narram uma mesma história. Nesse contexto, abrem-se novas possibilidades criativas para os fotojornalistas, sem precisar nunca deixar de lado a ética narrativa, do fato, da informação de interesse público.

Cultura da mídia e entretenimento

Segundo Giuseppe Mininni (2008:60), “para o homem moderno (e mais ainda o pós-moderno) a mídia representa o que a Igreja representava para o homem medieval: um horizonte da compreensão total do mundo e de si mesmo”. O que dizer, então, do papel da fotografia, e mais ainda da fotografia de imprensa, que ainda hoje é

vista de modo idolátrico como portadora de significados inquestionáveis?

Qual o papel da fotografia jornalística na atualidade? Como ela pode ser isolada e vista num oceano de imagens diárias das mais diversas estéticas e vertentes? Segundo observadores do mundo digital, mais especificamente da fotografia digital, a partir de 2012 produziremos a cada ano mais de meio trilhão de fotografias (Ritchin, 2012:9).

Num mundo onde se perdeu a fronteira entre o público e o privado, e em que a comunicação, de forma quase imperiosa, se dá por meio das imagens, “a mídia é a reveladora e ao mesmo tempo a construtora do *star system*” (Mininni, 2008:64).

É como se estivéssemos revivendo o mito da caverna de Platão: impossibilitados de ver as coisas por nós mesmos, acabamos por acreditar e interagir com sombras projetadas nas paredes (hoje em dia nas telas): “Grande parte do que nós sabemos do mundo, da cultura a que pertencemos e de nós mesmos, nos é projetada pela luz tênue de uma tela qualquer (cinema, televisão, computador)” (Mininni, 2008:112).

Na mesma linha, Ritchin (2012: XIV) adverte:

Um tempo se acreditou que o nosso planeta era chato, mas Colombo não caiu. Agora, o mundo é novamente plano na tela de um televisor ou de um computador, mas nós também não caímos, entramos nele e ele entra em nós. Transformamo-nos em usuários, mas é ele que nos usa. Enquanto isso, o nosso mundo, aquele que hoje chamamos de *real life*, se torna mera referência.

Dessa maneira, o sentido da fotografia, do fazer e do compreender a imagem jornalística, também se alterou, juntamente com uma transformação da percepção da imagem. A fotografia passa a ser vista e reconhecida como cultura, passa a fazer parte do mundo da cultura. Como lembra An-

dré Rouillé (2009:73), “a fotografia não representa exatamente uma coisa preexistente, ela produz uma imagem no decorrer de um processo que coloca a coisa em contato, e em variações, com outros elementos materiais e imateriais”.

Não fotografamos produzindo um mero registro. No ato de fotografar, como adiantado em outro trecho, anterior, projetamos ideias, situações e representações sociais que ficam à espera de uma decodificação apropriada. A mensagem não está na superfície, mas nas inúmeras camadas que devem ser desveladas por olhares atentos.

Como afirma Vilches (1984:14), “uma imagem tem significado porque existem pessoas que procuram esse significado. Uma imagem por si só não significa nada. Quando deixamos de interrogar a imagem, ela fica restrita às leis, normas e estereótipos”.

Em uma sociedade onde o entretenimento prevalece, a imagem é concebida como um evento, como um factóide – e é dessa maneira que ela se apresenta: dramática, saturada, plena de informações.

Registramos fatos, mas nos esquecemos de produzir ideias. Acaba não existindo mais reflexão sobre o que construímos intelectualmente, e tudo é recebido e retransmitido como se não houvesse necessidade de filtros. “Aparentemente, nada mais simples nem mais natural do que olhar e compreender uma fotografia, em geral, e de uma fotografia de imprensa, em particular, feita como é para captar o olhar do espectador e ser interpretada à primeira vista” (Martine Joly 2003:94).

Perceber uma imagem é, antes de mais nada, procurar contextualizá-la em sua época. É um desejo de ver, de ler. Ainda nos referenciado a Martine Joly (2003:13): “Mas se ‘interpretar’ é ‘atribuir um significado’, é também ‘atribuir um significado claro a algo obscuro’, ou seja, a interpretação de mensagens, e das mensagens visuais ou

audiovisuais em particular, é também decifrar, explicar a fim de compreender e/ou fazer compreender”.

Somos instigados, então, a deixar a nossa área de conforto para nos confrontarmos com a ideia de que a imagem jornalística é, ela também, produção de um sujeito inserido em um determinado contexto sócio-histórico, e será com esse olhar situado que ele irá representar o mundo que o circunda. Não se trata de uma forma mecânica de registro, mas de uma construção deliberada, que pretende informar ou apontar algo que se está de alguma maneira vivenciando:

O fato de o homem ter produzido imagens no mundo inteiro, desde a pré-história até nossos dias, faz com que acreditemos sermos capazes de reconhecer uma imagem figurativa em qualquer contexto histórico e cultural. No entanto, deduzir que a leitura da imagem é universal revela confusão e desconhecimento (Martine Joly, 1994:42).

Assim, uma fotografia de imprensa, que aparentemente teria uma função descritiva e denotativa, acaba por situar-se entre o referencial e o cognitivo. Ou seja, devemos pensar na diferença entre a subjetividade narrativa e a pretensa (ou falsa) ideia da objetividade fotográfica. A fotografia jornalística é, antes de mais nada, e de novo, construção de um sujeito pensante inserido em um contexto sócio-histórico, e ele constrói essa imagem a partir de seu repertório.

Alberto Manguel (2000:28) deixa isso explícito, de forma ampla, ao abrir para o campo das narrativas:

Construímos nossa narrativa por meio de ecos de outras narrativas, por meio da ilusão do auto-reflexo, por meio do conhecimento técnico e histórico, por meio da fofoca, dos devaneios, dos preconceitos, da iluminação, dos escrúpulos, da ingenuidade, da compaixão, do en-

genho. Nenhuma narrativa suscitada por uma imagem é definitiva ou exclusiva, e as medidas para aferir a sua justeza variam segundo as mesmas circunstâncias que dão origem à própria narrativa.

As narrativas contemporâneas são fragmentadas e construídas por meio das imagens midiáticas. “Nos dias de hoje, as imagens se tornam cada vez mais fiéis (mostram como nos comportamos efetivamente) e nós nos tornamos sempre mais fiéis às imagens (comportamo-nos efetivamente conforme o programa)”, como afirma Flusser (2008:61).

As imagens nos ensinam a ver. São representações visuais que ao mesmo tempo constroem nossa realidade, criam nossa memória e nossa maneira de nos comportarmos. Sempre que repetem clichês ou forçam entendimentos estereotipados, elas acabam corroborando sendo percebidas como um espelho da realidade. A conotação é evidente, ou melhor, a ideologia:

Dentre as diferentes modalidades de informação transmitidas pela mídia, as imagens, em geral, constituem um dos sustentáculos da memória; e podem, também, ao mesmo tempo, constituírem instrumento de manipulação política e ideológica. Tal como as palavras, as imagens são controladas e censuradas; prestam-se como “provas” de subversão, mas são também instrumento de poder para aqueles que detêm, num dado momento, o controle da informação. As fontes iconográficas – produzidas através de diferentes formas de expressão gráfica, como os desenhos, pinturas, gravuras, litografias e fotografias – carregam em si informações sobre certos fatos e sobre a mentalidade de uma época (Kossoy, 2007:104).

A mídia se faz criadora de hábitos numa sociedade onde o efêmero se torna protagonista, onde imagens são substituídas com uma velocidade impressionante, onde a vontade não é a da calma do olhar, mas a de uma fruição

estética imediata, muitas vezes baseada no impacto. São imagens que a princípio nos deslumbram como fogos de artifício, mas que não deixam rastros ao apagar das luzes. Imagens que nos povoam, mas não nos habitam, não deixam marcas.

A linguagem, nesse campo, se achata, nivelando as informações. Apresentam-se vestígios, e não presenças. As imagens que se sucedem rapidamente acabam por limitar nossos sentidos: temos acesso à aparência, mas não nos aprofundamos.

Assim, apesar de vivermos num mundo virtual, que a cada momento nos apresenta possibilidades de criação imagética, por equívoco ou tradição, muitos continuam acreditando na imagem jornalística como portadora de valores inquestionáveis. A esse respeito Todd Gitlin, professor de cultura, jornalismo e sociologia na Universidade de Nova York, expressando-se sobre os poucos esforços em nos dedicarmos ao estudo das imagens na vida cotidiana, escreve:

Gente que por anos se dedicou a atacar, dissecar, desconstruir e, além disso, olhar de través as imagens das mídias, gente que jamais seria flagrada dizendo em voz alta que os noticiários (para usar a metáfora predileta das próprias mídias) “espelham” a realidade, que sabe muito bem que as redes formam e promovem ideias sobre o mundo, viu uma imagem nas mídias e supôs que não era uma construção, não era uma versão, mas a verdade (Gitlin, 2001:171).

A nova era do fotojornalismo

Nesse cenário de transformação da visualidade e de esforço de compreensão da imagem, o próprio papel do fotógrafo se altera. No contexto dessa nova maneira de nos acercamos do fotojornalismo, percebe-se como eles, os fotojornalistas, se assumem cada vez mais autores e se colocam de forma imperativa na imagem.

É preciso compreender que, como explica André Rouillé (2009), a fotografia-registro passa a ser a fotografia-expressão. Se antes o fotógrafo era quase invisível na imagem, hoje ele está cada vez mais presente nela. Na proliferação da produção imagética, os fatos diários são muitas vezes, e cada vez mais, ilustrados por imagens dos cidadãos, dos leitores, da audiência, de quem, enfim, estava no lugar exato, no momento exato do acontecimento. Cabe ao fotojornalista um papel maior nesse contexto, que é o de cuidar da narrativa de história mais longas, mais aprofundadas.

Em entrevista à autora, por telefone, diretamente da sede do World Press Photo, na Holanda, Michiel Munneke afirma:

Os leitores comuns ainda gostam do clichê, se sentem confortáveis nele. Cada vez mais os acontecimentos serão contados por eles, por meio de fotos feitas com o celular – para os fotojornalistas vai sobrar sua visão pessoal. É cada vez mais importante a assinatura do fotógrafo, seus pequenos contos, suas narrativas.⁴

Fotógrafos voltam suas lentes para assuntos fundamentais, e que precisam ser discutidos, cortam cenas, iluminam situações e escrevem textos imagéticos para narrar o que estão vendo ou ao que estão assistindo. Usam da credibilidade que a fotografia jornalística ainda detém para provocarem uma discussão sobre determinadas situações:

Certa feita, Marshal McLuhan observou: os peixes não sabem absolutamente nada sobre a água. O peixe não tem noção de que a água é molhada porque não tem a experiência do seco. Uma vez que estamos imersos

⁴ Entrevista concedida no dia 22 de outubro de 2012 para elaboração de matéria para o jornal *O Estado de S. Paulo*.

na mídia, apesar de todas as palavras, imagens e sons, como podemos saber de que maneira ela age sobre nós? (Ritchin, 2012:XIII).

Dessa maneira, embora o digital nos tenha trazido o conhecimento de que uma imagem fotográfica traduz a construção de um discurso; embora tenha trazido à baila a possibilidade de manipulação da imagem; embora tenha nos mostrado que, como qualquer discurso, não passa da opinião de alguém, ainda continuamos a acreditar na fotografia jornalística como portadora de uma “verdade”.

Devemos, pois, pensar sobre uma noção que não conseguiu se alterar efetivamente com o tempo. Qual é a função de uma imagem jornalística na contemporaneidade? Como trazer informações, num mar de imagens que se alarga cada vez mais, feito manchas de óleo sobre as águas? Como discernir o que vale a pena ver, observar e decodificar? Precisamos lidar com novas significações novas maneiras de nos apropriarmos do mundo.

O digital tem a ver com os significados codificados, dados com os quais não podemos brincar, abstratos de sua fonte; o analógico emana o vento, os bosques e as árvores. Parece ser um mundo tangível. O digital se baseia numa arquitetura de abstrações que se repetem ao infinito, onde cópia e original são uma só coisa; o analógico envelhece, se decompõe, se torna menor a cada geração, se transforma em seu aspecto. No mundo analógico, a fotografia da fotografia é sempre uma segunda geração, desfocada, não é igual; a cópia digital da fotografia digital não existe, portanto a questão de original perde seu significado (Ritchin, 2012:6).

Um mundo que precisa ser ressignificado. Como dizia o filósofo francês Jean Baudrillard, vivemos num mundo de modelos, de um real sem origem. A fotografia jornalística

é a que mais sofre com essas modificações. Está em jogo toda uma situação de credibilidade, de “verdade” de crença.

Essas questões constituem a tônica da discussão do “novo” fotojornalismo. A desconfiança que nasce com o advento do digital não é por nada nociva; pelo contrário, começa a criar uma cultura do entendimento de uma alfabetização visual. A descrença é bem-vinda. Coloca o autor e o espectador em pé de igualdade. Quem fez a foto? O que quer dizer? “O ceticismo, obviamente, pode ser vantajoso. A fotografia pode ter a oportunidade de amadurecer como linguagem, sem ter necessariamente sua base na funcionalidade, mas se assumir como linguagem” (Ritchin, 2012:25).

Dessa forma, teremos saído da crítica estruturalista e pós-estruturalista, que nos ensinou a desconfiar das imagens. Para entender o fotojornalismo atual é necessário confiar no que esses jornalistas – sim, antes de mais nada o fotógrafo de imprensa é um jornalista – estão tentando nos dizer.

A crítica americana Susie Linfield, em seu livro *The cruel radiance* (2011), afirma que é por meio da fotografia que podemos explicar a sociedade e suas decepções. Isso nos lembra Walter Benjamin, que em “A pequena história da fotografia” (1931) dizia que esta criou uma nova forma de ver e trouxe para a visibilidade milhares de pessoas comuns. E são essas pessoas que estão na mira da maior parte dos fotojornalistas.

Porém, essa miríade de imagens nos afastou, como cidadãos, de perceber a fotografia jornalística como uma maneira de nos aproximar do mundo quando não se faz possível nossa presença. Susie Linfield afirma que, depois da invenção da fotografia, não é mais possível argumentar com a ignorância, com o desconhecimento, com o dizer “eu não sabia”. Afirma também que as fotos estão lá para

nos contar “como isso foi”, para nos dizer “isso não pode acontecer”.

O que fica na pós-modernidade, ou hipermodernidade, ou hiper-realidade, pouco interessa o termo utilizado, é que a função do fotojornalismo não mudou. Ele segue como nossa testemunha ocular, mesmo que, agora, já não seja mais visto e aceito como “verdade absoluta”. Sem dúvida, no entanto, ainda constitui o nosso olho nos lugares aonde não podemos ir. A função da imagem jornalística é trazer para as páginas de jornais e revistas as histórias que merecem e que, acima de tudo, precisam ser contadas.

O fotojornalismo, embora ressignificado, não perdeu seu valor de contador de histórias, e de, acima de tudo, provocar debate, discussões.

François Soulages (2010:37) cita uma frase de Umberto Eco, retirada do texto “Verso una civiltà della visione?” bastante pertinente para a contemporaneidade: “Uma civilização democrática só se salvará se fizer da linguagem da imagem uma provocação à reflexão, e não um convite à hipnose”.

Referências

- DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico*. Campinas: Papyrus, 1994.
- FABRIS, Annateresa. *O desafio do olhar*. São Paulo, Martins Fontes, 2011
- FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas*. São Paulo: Anablume, 2008.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta*. São Paulo: Anablume, 2011.
- GITLIN, Todd. *Mídias sem limite*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papyrus Editora, 1994
- JOLY, Martine. *A imagem e sua interpretação*. Lisboa: Edições 70, 2003.
- KOSSOY, Boris. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. São

- Paulo: Ateliê Editorial, 2000.
- KOSSOY, Boris. *Os tempos da fotografia*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- KOSSOY, Boris. *Fotografia e história*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.
- LINFIELD, Susie. *The cruel radiance*. Chicago: University of Chicago Press, 2010.
- MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- MININNI, Giuseppe. *Psicologia cultural da mídia*. São Paulo: Edições SESC/SP, 2008.
- RITCHIN, Fred. *Dopo la fotografia*. Torino: Einaudi, 2012.
- ROUILLÉ, André. *A fotografia: do documento à arte contemporânea*. São Paulo: Editora Senac, 2009.
- SOULAGES, François. *Estética da fotografia: perda e permanência*. São Paulo: Editora Senac, 2010.
- VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1984.
- SOUZA, Jorge Pedro. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

Comer com os olhos

Antonio Roberto Chiachiri Filho

O olfato é um sentido que ativa nossa memória gustativa de uma maneira ímpar. O paladar tem de ser complementado pelo olfato. Outro sentido, talvez, nos faça chegar bem próximos de um resgate de memória gustativa, o da visão. A leitura, então, de um livro ou revista ilustrada de receitas culinárias, e mesmo em certas peças publicitárias de gastronomia, nos faz penetrar num mundo de sensações e sabores resgatando prazeres gustativos. Não somente o gosto, mas tudo aquilo que possa, diante de um signo visual, despertar num intérprete, sejam reações fisiológicas como “água na boca”, sejam reações de vontade, de despertar o apetite, de sofisticação entre tantos outros.

O cenário fotográfico, em especial o da fotografia gastronômica, embora pareça e deva parecer verossímil, está, na realidade, envolto em uma série de recursos e de poderes simuladores capazes de insinuar delícias, engatilhar e mesmo intensificar a vontade de comer ou beber algo. A composição desse signo visual pode desencadear e intensificar prazeres gustativos numa mente interpretadora, está no modo como representa ou simula seu objeto a sua capacidade para aguçar tais sentidos.

Como uma imagem, fixa, bidimensional, é capaz de produzir no seu receptor reações sinestésicas quase ou

tão mais fortes do que a percepção que o próprio fenômeno produziria? Como e por que as imagens fotográficas da gastronomia podem desencadear reações gustativas tão eficazes quanto aquelas que são produzidas quando estamos diante de um prato no ato da refeição, mesmo levando em consideração estarmos, neste ato, muito mais próximos do fenômeno com todas as características perceptuais de aroma e temperatura que lhe são próprias?

Segundo a teoria semiótica de Charles Sanders Peirce, uma imagem fotográfica se caracteriza por ser um sin-signo indicial dicente. Todo sin-signo traz embutido em si seus quali-signos, exercendo também uma função icônica. Sua teoria dos signos, a teoria das modalidades da linguagem visual desenvolvida por Lucia Santaella em seu livro *Matrizes da linguagem e pensamento* (2001) e também outros autores que tratam o fenômeno da sinestesia nos darão suporte para tentarmos verificar como se processa a tradução de um sentido, o visual, em outros, como o paladar.

Gastronomia é todo um conjunto de fatores que se entrelaçam (preparo da refeição, pessoas, lugares, arrumação, decoração, ambiente etc.) para fazer da refeição um momento muito especial, provocando os prazeres da mesa – e estes convidam a outros prazeres, que podem ser ativados por meio de um signo visual.

Pensamos a fotografia como os efeitos que este signo pode vir a produzir no seu receptor. O poder mágico da imagem fotográfica. A foto é uma imagem em trabalho, e como diz Dubois, “... é um verdadeiro ato icônico [...] uma imagem-ato, estando compreendido que esse ‘ato’ não se limita trivialmente apenas ao gesto da produção [...], mas inclui também o ato de sua recepção e sua contemplação” (Dubois, 1990:15).

Entrando, pois, no mundo da representação gastronômica por meio desse signo visual, acreditamos poder

percorrer um caminho para melhor compreendermos essa produção de sentidos, essa transformação de um estímulo visual num outro sentido, o palatável.

Por meio de depoimentos de fotógrafos especializados em fotos gastronômicas e profissionais de produção fotográfica para gastronomia – *food stylist* –, pudemos observar os modos de executar esse trabalho de fotografar – que são inferências, índices de como uma linguagem fotográfica pode ser elaborada – e que requer uma complexidade no pensar, no agir, para um processo de criação de um signo que visa despertar no receptor da imagem/mensagem efeitos por vezes sinestésicos, resgatando memórias, aguçando sabores e despertando prazeres.

Para iniciar, acreditamos ser bem ilustrativo o depoimento a nós concedido, em 2006, por Diego Rousseaux, fotógrafo argentino estabelecido no Brasil:

Vejo a fotografia em seu entorno. Fotografar, para mim, não é apenas focar ou enquadrar o objeto e clicar naquela delimitação. Componho a fotografia mesmo antes do clique. O cenário é criado em minha mente, cenário este prenhe de memórias de experiências vividas. Se for a luz das 10 horas que tem de compor um ambiente fotográfico, já sei como é esta luz, já conheço as qualidades que compõem esta luz, já sei em que orientação encontro esta luz. Cada fotógrafo vê diferente o objeto fotografado (ou a fotografar). Busco sempre enriquecer meu repertório com fontes que vêm do passado e com a atualização diária dos acontecimentos, das leituras... Não fotografo para mim mesmo, isto é muito raro, fotografo porque essa é a minha profissão. Nunca paro de trabalhar, pois a todo momento o mundo ao meu redor é matéria prima para as minhas fotografias. Nunca fui à Grécia ou à França, mas daquilo que conheço sobre esses países, daquilo que já vi ou ouvi falar deles, componho o cenário para a fotografia.

A reprodução fotográfica da Figura 1, intitulada *Penne Mediterrâneo*, é, na realidade, uma réplica de uma página da revista brasileira *Fotógraphos*. Nela, Diego nos mostra como foi composta. Ele nunca esteve na Grécia, mas procura representar as imagens do Mediterrâneo por meio de informações já pesquisadas ou de que ouviu falar.



Figura 1 – Foto: Diego Rousseaux

Abaixo, a figura 2 nos mostra todo o aparato e como foi montada a produção da foto. O primeiro passo foi criar um clima que traduzisse as cores, os tons e sabores do Mediterrâneo.



Figura 2 – Foto: Diego Rousseaux

Para isso, o ambiente dessa imagem requer uma iluminação mais discreta e bem cuidada. Sem luz externa, a luminosidade é controlada somente pelas posições de seus refletores. A mesa é constituída de dois pedaços de madeira rústica, o céu está representado por um pedaço de cartolina com pinceladas em azul, o qual simula o céu do Mediterrâneo. Inspirado nas paisagens das Ilhas Gregas,

Rousseaux simulou um muro de concreto mal acabado com um lençol branco estendido sobre um cano e apoiado em duas cadeiras. E para criar um ambiente mais aproximado ao do Mediterrâneo, fixou, com auxílio de jacarés (pinças), dois galhos de arbusto em frente à cartolina. Do mesmo modo, fixou o garfo sobre o prato, simulando alguém no ato de comer. Uma garrafa e uma taça com vinho branco também ali foram colocadas. A massa, o *penne*, com um leve cozimento e guarnecida com pedaços de tomates e cheiro verde, é a essência da razão da foto. Todos os recursos lançados pelo fotógrafo na montagem do objeto a ser fotografado constituem um caminho criador de linguagens e em seu envolvimento profundo para tentar aproximar o espectador daquela realidade que se quer mostrar. É compor a foto antes do clique final. De fato, os objetos ali colocados são articulados para constituírem uma representação que pode ser simulada pelo ato fotográfico. O lençol vira uma figura desfocada remetendo seu significado a um muro; a cartolina, ao céu; os pedaços de tábua, a uma mesa rústica; a luz, ao ambiente mediterrâneo. A percepção dessas imagens fotográficas, no entanto, requer um repertório cultural para sua eficácia interpretativa.

Outro fotógrafo entrevistado foi Humberto Medeiros, que nos deixou claro que a tarefa de fotografar não exige somente habilidades técnicas como também, e muito mais importante, repertório cultural, sensibilidade e prazer naquilo que se propõe a construir. E, de fato, se nutrir de uma pesquisa, sem cessar, de influências e de referências culturais. O fotógrafo é um praticante de uma arte visual, uma estética que aí existe e está pronta para ser trabalhada. É ver a fotografia como uma forma de expressão organizada em elementos de linguagem, cujo domínio possibilita a escolha de determinadas soluções que melhor expressam aquilo que se queira passar como mensagem. As cores,

por exemplo, formam uma composição, uma linguagem. De fato, a cor, que não tem uma existência material, que é pura qualidade, que é rica em possibilidades qualitativas, quando posta em cena, quando manejada para compor significados, torna-se um formidável meio de projeção de sentimentos, conhecimentos, magia e encantamento. Em verdade, se pensarmos na fotografia de maneira geral, pode-se perceber que os elementos que ali estão sendo arranjados para a composição do cenário fotográfico, incluindo as cores e os jogos de luzes, além de objetos mais tangíveis, criam e recriam espacialidades construindo e reconstruindo significados. Ou seja, criando uma representação. Constroem-se espaços mentalmente. Esses espaços são produtos da nossa própria cultura.

O que contribui muito para o sucesso representativo de uma fotografia, e isso não é nenhuma novidade, é a sua capacidade de atrair e tocar o seu receptor.

Cada elemento na fotografia tem sua competência simbólica. Cada peça tem o poder de produzir um significado. Tem o poder de criar um espaço, de criar uma narrativa visual. E como aponta bem Vilém Flusser em *A Filosofia da Caixa Preta* (2002:29): “São realmente intenções determinadas, pois, cada objeto escolhido traz uma ligação, por mínima que seja, com aquilo que se quer fotografar.” Tudo ali está para contribuir na construção do significado.

Em seu livro *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*, Santaella nos apresenta as três matrizes que “(...) constituem-se nas três grandes matrizes lógicas da linguagem e pensamento” (2001:20) e que nos levam a compreender as linguagens que compõem nosso viver. Cada matriz é relacionada com uma categoria fenomenológica proposta por Charles Sanders Peirce. A matriz sonora está relacionada à primeiridade, que é o modo de ser tal como é, pura qualidade de sentimento; a matriz vi-

sual, com a categoria da secundidade, que é o modo de ser tal como é em relação a qualquer outra coisa – consciência em constante reagir com o mundo – e a matriz verbal, à terceiridade, que coloca em relação recíproca um primeiro com um segundo numa síntese intelectual.

Este artigo foca a matriz visual aplicada à fotografia gastronômica. A matriz visual relacionada à secundidade, porém trazendo consigo elementos de primeiridade, secundidade e terceiridade. Vejamos, então. Segundo Santaella, as categorias visuais são três: formas não-representativas, formas figurativas e formas representativas.

Formas não-representativas

São aquelas que não trazem consigo conexão direta com aquilo que lhe é externo, ou seja, não representam nenhum objeto identificável. Sugerem, convidam às interpretações pelo seu caráter puramente qualitativo. “(...) dizem respeito à redução da declaração visual a elementos puros: tons, cores, manchas, brilhos, contornos, formas, movimentos, ritmos, concentração de energia, texturas, massas, proporções, dimensões, volumes etc.” (Santaella, 2001:210).

São essas formas não-representativas que contribuem na composição da fotografia gastronômica para que ela seja capaz de oferecer o tom, o sabor e o poder de despertar toda a imaginação numa mente interpretadora. São aquelas que estão presentes em qualquer fotografia, que, por ser um signo predominantemente indicial, está também prenhe de qualidades. Essas formas não-representativas não têm poder sozinhas de representar seu objeto, no entanto, esse não-representar possui alto poder sugestivo, imaginativo. “É esse poder que fisga a imaginação do observador, nele desencadeando o demônio das similitudes” (2001:211). É isso que traz à mente interpretadora uma

infinidade de possibilidades interpretativas.

A peça que iremos analisar é uma réplica de página dupla do livro *Photo Culinaire* (Hicks e Schultz, 1995:20-21), foto de autoria de Javier Sarda, intitulada *Caviar*, feita para a revista espanhola *Comer y Beber*. Esta análise será feita sob o aspecto das três categorias propostas por Santaella.



Figura 3 – Foto: Javier Sarda

Existem os amantes dessa iguaria, aqueles que, por exemplo, ao bater os olhos nessa reprodução fotográfica são tocados por sua composição a ponto de provocar prazeres gustativos e, assim, estimular uma memória gastronômica particular. Outros percebem a nobreza do prato, porém, não possuem um repertório gustativo ou já o provaram e não gostaram. Há um terceiro grupo que nunca viu e tampouco provou caviar. Para este último, a tarefa deste signo fotográfico exige mais labor.

Iniciaremos a análise desta peça pelas formas não-representativas, porém, vale aqui ressaltar que as formas não

-representativas são formas mais próximas da abstração (são formas abstratas), elas não representam, mas são elas que portam as qualidades primeiras para dar fundamento ao signo. Para que se possam verificar as potencialidades dessas puras qualidades nesta reprodução fotográfica, podemos observar, antes de tudo, o aspecto do brilho, e talvez aqui já se podendo falar em qualissigno – qualidade que já possui o poder, mesmo que fraco, de representação (um quase-signo) – aquele que se refere à aparência daquilo que se apresenta. Esse qualissigno brilho encontra corpo e encarna-se nos utensílios – pote para caviar, tampa do pote, *sous-plat*, colher –, nas pedras de gelo, em cada ova de esturjão; o qualissigno textura, na toalha de mesa; o qualissigno cor, no ocre-marrom-amarelada de toda a composição fotográfica. Esses qualissignos sugerindo os aspectos de nobreza tanto refletido nos metais dos utensílios quanto no material de que são compostos a toalha de mesa e o guardanapo – linho –; o frescor imprimido nas ovas, nas pedras de gelo e nas gotículas de água no pote e *sous-plat*, e também do aspecto de suculência que o brilho imprime nas ovas dentro do pote. São aspectos germinais que dão início à compreensão do objeto do signo. Essas qualidades na medida em que vão encontrando um corpo, vão ganhando formas.

Formas figurativas

As formas figurativas são formas que funcionam como um duplo. São esses “duplos” que na fotografia transportam para o plano bidimensional as réplicas de objetos preexistentes. É evidente que para que possamos obter o resultado interpretativo esperado, é de suma importância que esse signo indicial – a fotografia – apresente uma semelhança, a mais fiel possível, com o seu referente, o seu objeto dinâmico, seja na exacerbação das qualidades, seja

na apresentação de imagens próximas daquilo que o signo pode representar e que o intérprete é capaz de decodificar. O papel desempenhado nas formas figurativas, diz Santaella (2001:227), é de grande importância para sua identificação que pressupõe memória e a antecipação no processo perceptivo. “Nessas formas [...], os elementos visuais são postos a serviço da vocação mimética, ou seja, produzir ilusão de que a imagem figurada é igual ou semelhante ao objeto real”.

Numa composição fotográfica de culinária, o objeto dinâmico não é somente o objeto com ele realmente é, a coisa em si mesma, como também o são o sabor, a memória e o prazer gustativo que se quer despertar num intérprete. É o caso em que não se conta o objeto do signo somente em sua realidade natural ou existência no espaço externo, “o signo apenas sugere ou alude, criando, para ele, dentro do signo, uma nova qualidade, puramente plástica” (2001:229).

Retomemos, então, a primeira peça proposta para análise – caviar – para estudarmos as formas figurativas.

Na imagem que ora analisamos são essas formas figurativas que claramente compõem o objeto fotografado. Um intérprete pode perceber, nessa imagem, todos os seus componentes e, de acordo com sua competência interpretativa, identificar cada elemento aí colocado. Um pote de metal para caviar, um *sous-plat* de metal, uma colher de metal, uma tampa de metal, uma toalha de linho, um guardanapo de linho mostrando um pedaço de um monograma, bordados a crivo e de alto-relevo na toalha, pedras de gelo, um amontoado de ovas de esturjão. Todos funcionando como signos indiciais. É, pois, na totalidade desse signo, na sua composição cênica, que os elementos indiciais tentam criar uma nova qualidade plástica, um universo à parte com qualidades próprias. *C'est donc, le tout*

dessa foto que poderá resgatar uma memória, nesse caso, mais de um ambiente requintado do que o próprio sabor do caviar, tentando aliar a sofisticação aos prazeres gastronômicos. Percebe-se um cuidado especial na montagem do ambiente a ser fotografado refletido na disposição dos utensílios, na angulação e paginação (*mise en page*) da foto. É de uma relação de causalidade, a partir de leis da ótica, que a imagem surge intimamente ligada à indexicalidade do signo.

Formas representativas

De acordo com Santaella e Nöth (*apud* Santaella, 2001:246), “formas visuais se tornam símbolos quando o significado de seus elementos só pode ser interpretado com ajuda do código de convenções culturais”, que muitas vezes são gerados pela frequência de uso de soluções visuais representativas as quais eram, a princípio, predominantemente icônicas. Daí se falar em representação, em formas representativas.

Estando em nível de terceiridade, as formas visuais representativas ou simbólicas são muito instrutivas para se compreender o modo como a terceiridade embute a secundidade e esta, a primeiridade. Por serem formas, muitas vezes figurativas, diagramáticas ou até mesmo imagens, elas mantêm um nível acentuado de indexicalidade, quer dizer, as figuras indicam algo do mundo visível, do que depende seu nível de secundidade, denotativo, referencial. Mas essa referencialidade só é possível porque há uma similaridade aparente, abstrata entre a forma e aquilo que ela denota, do que se depende seu nível de primeiridade, icônico, mimético. Entretanto, mesmo mantendo a presença desses dois níveis, sobre eles, as formas representativas ainda acrescentam um nível suplementar de significação que só pode ser apreendido por aqueles que dominam o sistema de convenções culturais a partir do qual as figuras se ordenam (Santaella, 2011:247).

Para nosso caso, na análise da fotografia gastronômica, essa categoria da matriz visual é de extrema importância, pois, para despertar os prazeres gustativos, esta fotografia deve criar todo um ambiente que possa excitar o repertório do receptor. Na fotografia de gastronomia, a forma representativa é sempre reforçada pelo seu entorno, pelo cenário criado, pelo arranjo dos elementos de sua produção. Nessa categoria da matriz visual, os objetos representados vão tecendo uma estrutura de significados que vão além dos próprios objetos; explicando melhor, o objeto pode despertar no receptor, além de seu sabor característico, lembranças de prazer, de uma viagem, de uma noite de paixão. É, sobretudo, nessa categoria que o objeto dinâmico aparece em seus aspectos mais diversos.

Parafraseando Santaella (2001:248), essas imagens simbólicas "(...) são figurativas, indexicais, na medida em que se referem..." à receita-tema que a fotografia quer elucidar "(...) cenário, mobiliário etc., funcionam nessas imagens como indicadores..." do ambiente e do sabor dos pratos:

São também icônicas porque apresentam similaridade com aquilo que denotam. Todavia, sobre esses dois níveis de semiotização, erige-se um terceiro, o das convenções a partir das quais a imagem se organiza.

Para observarmos as **formas representativas** nesta peça, temos de apelar a códigos de convenções culturais, símbolos. Como já dito acima, o caviar é símbolo de luxo na culinária e esse luxo pode ser representado nessa reprodução fotográfica, por meio de uma composição cênica em que cada índice se relaciona entre si para gerar um outro signo representativo do luxo. É sabido que símbolos, segundo a teoria semiótica de Peirce, só são símbolos se contido neles estiverem ícones e índices. Então, o cená-

rio nessa foto fica assim composto: a toalha de linho com seus bordados a crivo e de alto-relevo, o guardanapo como seu monograma, os utensílios que abrigam o caviar, o tom ocre-marrom-alaranjado do ambiente, são todos signos que, de acordo com a competência do intérprete, remetem à sofisticação e requinte de uma *entrée* como as ovas de esturjão. Esses signos criam uma espacialidade representativa do luxo, do bom gosto e de uma educação culinária requintada. Constitui-se aqui um exemplo de como figuras denotativas representam, por meio desses signos, convenções culturalmente estabelecidas.

Pode-se dizer, então, que as fotos gastronômicas apresentam em comum a sua representatividade. De fato, uma representatividade que se constrói na medida em que os elementos não-representativos, figurativos e representativos procuram tecer uma malha de significações respondendo aos arranjos pensados ou mesmo frutos do acaso, de toda uma equipe empenhada na elaboração de um signo que poderá causar num intérprete efeitos sinestésicos despertados por essa linguagem visual. Tais elementos desempenham papel fundamental na construção do sentido. Ao tratarmos dos elementos não-representativos, estamos tentando demonstrar que nesse seu não representar, nesse seu apresentar-se, abrem caminho, por meio de um universo sugestivo, para futuras possibilidades interpretativas do signo. Dos elementos figurativos, podemos dizer que são a própria essência, sobretudo nas fotografias, daquilo que se quer indicar; são imagens que trazem para um plano bidimensional a cópia fiel de objetos que estão num mundo externo ao do signo. No processo perceptivo, os elementos figurativos desempenham papel importantíssimo no que diz respeito ao reconhecimento e à identificação do objeto representado. Para maior eficácia interpretativa do signo, estes elementos têm de se revelar de tal maneira

que possam produzir a ilusão de que a imagem ali exposta seja igual ou semelhante ao objeto real. Os elementos representativos, que trazem consigo elementos qualitativos (não-representativos) e indiciais (figurativos), são encarregados, nesse signo fotográfico, de sua organização simbólica interpretativa. Não devemos esquecer, no entanto, que a eficácia interpretativa sempre dependerá do repertório do intérprete a que se destina a mensagem.

Sabemos que fotos são signos indiciais. Pois bem, sabemos também que elas estão prenhes de elementos de iconicidade dentro desse signo indicial. Ou seja, há elementos desde o ícone mais puro até o seu grau de similaridade com o objeto. E ainda há um jogo de convenções culturais que permitem a produção de uma representação mais fiel daquilo que se quer representar do real e que, por sua vez, está articulado com a intenção do fotógrafo. Essas convenções culturais se configuram como jogo, pois são dinâmicas e estão em constantes mudanças que compõem um caminho criador e tradutor de sentidos.

Os recursos semióticos de produção da fotografia gastronômica são os responsáveis por desencadear e intensificar prazeres gustativos numa mente interpretadora. Se este signo visual consegue aguçar, despertar, provocar outras sensações numa tradução de um sentido em outro, se a fotografia gastronômica consegue transformar um estímulo visual num outro sentido, o palatável, talvez isso se deva também a um outro fenômeno, que começa a ganhar corpo no mundo científico, chamado sinestesia. Fenômeno em que, por meio da visão de uma imagem fotográfica, é gerado um interpretante que articula sensações obtidas e traduzidas em outros órgãos dos sentidos.

Como, então, um estímulo visual pode desencadear num outro sentido os prazeres do gosto, prazeres gastronômicos? Uma sinestesia do gosto que ocorre a partir das

lembranças destes prazeres? Essa mistura de sentidos traz a questão de quanto esse tipo de comunicação – a fotografia gastronômica – está relacionado com a sinestesia e em que sentido o conceito de sinestesia pode colaborar para o entendimento de como se estrutura a linguagem desse tipo de signo, por meio do qual os prazeres gustativos são evocados pela mensagem visual.

Uma visão semiótica desse fenômeno pode mostrar como a capacidade sinestésica pode ser utilizada na produção e na recepção de mensagens. Interessa para o fotógrafo, através da linguagem específica de seu meio, explorar o potencial sinestésico. O fotógrafo, supondo que as pessoas tendem a interpretar sinestesicamente, cria imagens na esperança de que sua intencionalidade se efetive. Dizendo de uma maneira semiótica, o artista fotográfico e, evidentemente tudo e todos que estão envolvidos no processo criativo de construção dessa fotografia, tentam, de certa forma, construir uma imagem/mensagem. Essa construção é regida por causação final, um complexo conceito peirceano, em que, num processo de criação, por exemplo, algo é guiado por um propósito e ao mesmo tempo fica aberto a possibilidades de mudanças ou até mesmo a interferências do acaso.

Essa postura só é possível porque, na elaboração dessa foto, leva-se em conta que o seu intérprete tem uma tendência sinestésica para a compreensão da mensagem e, por isso, os fotógrafos procuram fazer do estímulo visual a fonte para evocar e ou despertar outros sentidos.

É sabido que nossa cultura está imersa em imagens e mediada por essas imagens que assumem caráter preponderante sobre os demais sentidos. A visão, que é um sentido diretamente ligado às imagens, tem o poder de transformar sua energia eletromagnética em impulsos nervosos, como nos diz Cytowic (2000:54), e, sinestésica-

mente, pode evocar a lembrança, por exemplo, do gosto, de prazeres gastronômicos. Além disso, a questão da composição fotográfica deve levar em conta também os aspectos ligados à história pessoal e cultural, enfim, à sua experiência colateral, ou seja, ao seu particular repertório cultural e intelectual. Podemos nos apoiar em Van Campen (2008:156), quando diz que os fatores culturais podem ser determinantes para as manifestações sinestésicas. Nossa ideia de que a sinestesia ocorre numa semiose pode ser apoiada também na leitura que fazemos de Mattingley et al., (apud Sagiv et Robertson, 2005:57), quando dizem que as interações sinestésicas surgem após o reconhecimento manifesto de estímulos induzidos. Acreditamos que isso nos permita afirmar que os prazeres provocados por uma fotografia de um cenário gastronômico ocorrem somente após o intérprete ter reconhecido os estímulos induzidos por aquela representação.

Nosso estudo nos levou a concluir que as fotografias de gastronomia conseguem despertar, aguçar, intensificar prazeres gustativos num intérprete repertoriado para tal. Entretanto, ficou bem claro para nós que são todos os recursos semióticos da composição fotográfica os grandes responsáveis pela efetivação e eficácia desta mensagem visual.

Bon appétit à tous!

Referências

- BARON-COHEN, Simon e HARRISON, John E. *Synaesthesia: classic and contemporary readings*. Cambridge: Blackwell Publishers, 1997.
- BARTHES, Roland. *La chambre claire: note sur la photographie*. Paris: Éditions de l'Étolie, Gallimard, Le Seuil, 1980.
- BASBAUM, Sérgio R. *Sinestesia, arte e tecnologia: fundamentos da cromossomia*. São Paulo: Annablume, 1998.
- BRAUNE, Renata e FRANCO, Silvia Cintra. *O que é gastronomia*. São Paulo: Brasiliense, 2007.

- CAMPEN, Cretien van. *The hidden sense: synesthesia in art and science*. Cambridge (USA), London: The MIT Press, 2008.
- CHIACHIRI, Roberto. *A estratégia de sugestão na publicidade: uma análise semiótica*. Pereira Barreto: Academia Editorial, 2006.
- CYTOWIC, Richard E. *The man who tasted shapes*. New York: G.P. Putnam's Sons, 1993.
- FLUSSER, Vilém. *A filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- HARRISON, John. *Synaesthesia: the strangest thing*. Oxford: Oxford University Press, 2001.
- HICKS, Roger e SCHULTZ, Frances. *Photo culinaire*. Paris: Éditions VM, 1995.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Collected papers*. Volume 1-6, HARTSHORNE, C.; WEISS, P. (Eds.); Vols. 7-8, BURKS, A. (Ed.). Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1931-1958.
- PFÜTZENREUTER, Edson do Prado. *O desejo material: um estudo sobre o papel do material da criação artística*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 1992.
- SAGIV, Noam e ROBERTSON C., Lynn (Orgs.). *Synesthesia: perspectives from cognitive neuroscience*. New York: Oxford University Press, 2005.
- SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- SANTAELLA, Lucia e NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.

Imagens da cidade contemporânea¹

Simonetta Persichetti

Sem dúvida nenhuma, José Manuel Ballester é um representante de seu tempo. Fotografa com a intencionalidade de desvendar seu processo, sem artifícios nos mostra seu pensamento imagético ao retratar ruínas, prédios, locais abandonados, locais habitados, lugares vazios – mas de uma maneira que se adapta bem às problemáticas do momento.

Uma fotografia ou uma criação “livre”, solta das amarras de ter que obedecer determinadas regras de época. O olhar de José Manuel Ballester é solto. Conta uma história (porque a fotografia sempre quer contar histórias), mas à sua maneira, sem regras pré-determinadas. Constrói discursos imagéticos da mesma forma que um escritor traça a trama de um enredo.

A cidade vista como cenário, um teatro elizabetano, onde o espaço abraça a poética de suas imagens. José

¹ Publicado originalmente na revista *Ars*, da Espanha, edição de outubro-dezembro 2011, p. 34-48, com o título “Sensibilidad sin artificio”. Para a publicação neste livro, o texto foi revisto e ampliado.

Manuel Ballester, com suas fotografias, procura intervir no urbano, usa a arquitetura como um pintor poderia usar a tela e nela inscreve sua arte.

Sua fotografia, num primeiro momento, nos remete à estética alemã do casal Bernd e Hilla Becher que nos anos 1950, no pós-guerra, que tentavam redescobrir a beleza nas formas solitárias de grandes caixas d'água. Ficaram conhecidos por fotografar edifícios abandonados, como se quisessem entender a relação entre estrutura e aparência.

Os Becher foram fundamentais para promoverem a releitura da fotografia vernácula mediante o recurso a estratégias artísticas altamente refinadas, em parte como uma maneira de estabelecer vínculos visuais e mentais entre a fotografia artística, de um lado, e a história e o cotidiano, de outro (Cotton, 2009:16).

Considerados como uma das mais importantes influências da fotografia contemporânea, eles inspiraram um grande número de artistas. Para a crítica de arte inglesa Charlotte Cotton (2009:81), esse tipo de estética poderia ser denominado estética inexpressiva, "um tipo de fotografia fria, distanciada, aguda e cortante".

Poemas visuais

Ler uma imagem é atribuir-lhe significados. É criar um ritmo, uma leitura possível. É imprimir sentido ao que foi construído imageticamente.

José Manuel Ballester vai além do simples registro ou resignificação de um lugar. Ele cria a partir das paredes e das formas que encontra à sua frente. Não as transforma fisicamente, mas produz um novo discurso sobre elas, apresentando-nos o banal sob uma nova luz, sob uma óptica diferenciada.



Figura 1 – Nas fotografias de José Manuel Ballester, as formas, curvas e sombras da arquitetura se integram na paisagem urbana. A passagem do homem que transforma a cidade que habita. (Foto: José Manuel Ballester. Cortesia: Dan Galeria).

São espaços vazios, mas cheios de formas e volumes, de cores. São lugares onde a natureza e a intervenção do homem se fazem sentir. Uma presença humana por meio da ausência, com marcas de sua passagem pelo mundo, na tentativa de se transformar e de ser transformado por ele.

Ampliadas em grandes formatos, as fotografias de José Manuel Ballester nos lembram os antigos afrescos de uma época que precedeu à pintura renascentista. Uma forma de ver que apresenta a base da história da arte, da pintura, no olhar desse fotógrafo, que é formado em artes plásticas e que se especializou em restauração de pinturas, em especial das escolas flamenga e italiana. Isso lhe trouxe o conhecimento técnico para se aprofundar na criação de uma obra. E foi essa ideia que ele levou para fotografia.

Em entrevista exclusiva à autora durante a visita que fez a São Paulo para a abertura de sua exposição na Pinacoteca, em 2010, ele diz:²

Descobri a fotografia na faculdade. Com o tempo me dei conta de que, ao pintar, fotografava, e o contrário também era verdadeiro. Mas, num determinado momento, comecei a ficar incomodado com o fato de a pintura ser muito lenta, pelo menos aquela que eu sabia fazer. Pintava um prédio, e ele acabava mais rápido do que eu conseguia pintar. A fotografia foi uma escolha de me colocar no mundo contemporâneo.

José Manuel Ballester conclui: “Sou um artista comprometido com o meu tempo. Fotografo com o olhar contemporâneo, e por isso gosto desse neopictorialismo que estamos vivendo”.³

Assim é o olhar de José Manuel Ballester. Não importa o que ele vê, e sim como ele interpreta o que está vendo. Não importa o papel documental de uma fotografia, mas a forma como ele consegue transformar essa imagem em algo com significado que vai além do convencional. Portanto, embora uma imagem possa remeter ao visível, tomar alguns traços emprestados do visual, sempre resulta da produção de um sujeito. Lê-la não é tão natural como parece.

² Desta entrevista resultou uma matéria para o jornal *O Estado de S. Paulo*, “A cidade que se desnuda”, publicada no Caderno 2 do dia 25/6/2010.

³ Pictorialismo: movimento iniciado na Áustria, em 1890, por um grupo de fotógrafos que reivindicava que a fotografia fosse aceita nos salões de arte. O movimento neopictorialista, que podemos situar no final do século XX, rapidamente se espalhou pelo mundo, lembrando a estética pictórica do final do século anterior, mas tentando afastá-la de sua obrigatoriedade de representar o real, aproximando-a, assim, da criação artística.

O olhar de José Manuel Ballester está em sintonia com a criação da imagem contemporânea. Suas construções – poemas visuais – se colocam à nossa frente como cenários montados para serem desvendados. Para além da arquitetura e do urbano, suas fotografias nos fazem sonhar, entrar por labirintos que não são registros, mas imaginários concretizados. Lembra, nesse sentido, Ítalo Calvino (1923-1985), que, em *Le città invisibili* (1993), nos transportou para suas cidades invisíveis, mas com certeza possíveis de ser encontradas.

Os espaços fotografados por José Manuel Ballester são sua fábula de cidade. “O que é a cidade para nós? Acredito que escrevi algo que se assemelha a um poema de amor às cidades no momento em que é cada vez mais difícil vivê-las” (Calvino, 1993:IX).⁴

É comum citar *Le città invisibili* quando se estuda ou se fala sobre a cidade. A exemplo das *Mil e uma noites*, na narrativa do escritor italiano lugares são criados, imaginados, mas se trata de lugares que servem como referência quando se pensa no tema da urbe. Como o próprio autor define, “não é apenas uma ideia atemporal de cidade aquilo que o livro evoca, mas também é o desenvolvimento ora implícito, ora explícito, de uma discussão sobre a cidade moderna” (Calvino, 1993:IX).

O primeiro encontro

Conheci José Manuel Ballester em São Paulo, em 2010, por ocasião da sua exposição sobre esta cidade. Fiquei imediatamente entusiasmada com suas fotografias. Frente aos meus olhos, um país – no qual sempre morei

⁴ Tradução livre da autora, desta e das outras citações do original em italiano (Calvino, 1993). No Brasil, o livro foi traduzido e lançado pela Companhia das Letras em 1990, com o nome *Cidades invisíveis*.

e acredito conhecer bem – aparecia transformado pelas imagens desse fotógrafo e pintor espanhol. Com roteiro criado junto com Juan Manuel Boent, ex-presidente do Instituto Valenciano de Arte Moderna, o Ivam, e com o Museu Reina Sofia, a arquitetura modernista do final dos anos 20 até os anos 70 se fez presente.

E, assim, os prédios de arquitetos como Lina Bo Bardi,⁵ Rino Levi⁶, Villanovas Artigas⁷, Flávio de Carvalho⁸ e Oscar Niemeyer⁹ foram sendo interpretados e revisitados pelo fotógrafo espanhol.

Para realizar esse ensaio, não bastou passear pelos lugares pré-selecionados pelo curador. José Manuel Ballester, como um bom viajante, andou muito pelas ruas da cidade, munido de uma pequena câmara digital, com a qual também fotografava São Paulo. E é esse mesmo olhar do *flaneur*, esse átimo do instantâneo, que ele tenta reproduzir nas suas imagens de grande formato.

“O que me marcou na cidade de São Paulo é que ela tem grande potencial, mas me parece adormecida, pronta para explodir. São Paulo é fascinante. Desde a primeira vez fiquei fascinado por ela”, revelou José Manuel Ballester em entrevista à autora.

⁵ Lina Bo Bardi (1914-1992), arquiteta italiana radicada no Brasil, responsável por inovações importantes na arquitetura brasileira. O exemplo mais conhecido é o Museu de Arte de São Paulo (Masp).

⁶ Rino Levi (1901-1965), nascido em São Paulo, um dos representantes da escola paulista de arquitetura e um dos responsáveis pela ideia de modernidade na arquitetura brasileira.

⁷ Vilanova Artigas (1915-1985), nascido em Curitiba (PR), influenciou grande parte dos arquitetos brasileiros.

⁸ Flávio de Carvalho (1899-1975), arquiteto e artista plástico, foi um dos expoentes do modernismo brasileiro.

⁹ Oscar Niemeyer (1907-2012), talvez o arquiteto brasileiro mais conhecido no mundo.

O estudo de suas imagens

Sua estética é a que conhecemos, e se, num primeiro momento – como dito antes –, nos lembramos da escola alemã, um segundo olhar, mais aprofundado e acurado, nos revela toda a sutileza do fotógrafo, as marcas da passagem do homem pelos lugares: um homem que transforma e é transformado por essas imagens e lugares.

Ao contrário da aparente frieza de uma fotografia alemã, os espaços de José Manuel Ballester nos acolhem: “Sou latino”, lembra o artista. Como escreveu Calvino (1993:IX-X):

As cidades são a junção de várias coisas: de memória, de desejos, de signos de linguagem, lugares de troca. Isso nos contam todos os livros de economia. Mas não é apenas a troca de mercadorias, é também a troca de sonhos e desejos.



Figura 2 – Imagens aparentemente banais se transformam e são esculpidas pela luz e pelo olhar generoso do fotógrafo que procura por meio da fotografia se apropriar da cidade desconhecida. (Foto: José Manuel Ballester. Cortesia: Dan Galeria).

Se tivermos que fazer referência a outros fotógrafos contemporâneos, talvez possamos lembrar do canadense Robert Polidori, reconhecido por seus trabalhos na área da arquitetura. Mas também não é correto. O artista canadense pode ser inserido no que Cotton chama de “fotografia da consequência”, que nada mais é do que a presença do documental na arte. Trata-se, no fundo, da fotografia mais antijornalística que existe, embora faça uso de um fato jornalístico. Algo como os fotógrafos que chegam ao local de desastres ecológicos e sociais após o fato ter acontecido. Eles nos trazem a analogia das tragédias.

Polidori fotografa a degradação causada pelo homem, e José Manuel Ballester, a construção, a comunhão do homem com a cidade que ergueu. Por isso, se a semelhança do registro dos grandes espaços arquitetônicos pode nos conduzir a um equívoco – resultado de uma leitura precipitada e superficial –, veremos que, no caso de José Manuel Ballester, trata-se de algo bem diferente. Polidori cria seus ensaios documentais a partir da destruição, dos desastres causados pelo homem, como, por exemplo, suas imagens da devastação do furacão Katrina, nos Estados Unidos, em 2005; já Ballester tem como premissa a construção. A arquitetura como poema, como linhas narrativas estéticas.

Outro artista de quem se pode lembrar ao vermos as imagens de José Manuel Ballester é o francês George Rousse. Especializado em pop-art, Rousse costuma trabalhar em grandes edifícios abandonados, também voltando seu olhar para os espaços vazios. Trabalha com intervenções urbanas em lugares abandonados, reapropriando-se do espaço e criando uma nova função sógnica para ele, perpetuada na fotografia.

Sim, a intervenção só existe na sua fotografia por meio de jogos ópticos e de luzes que causam um estranha-

mento no olhar. São imagens que se situam no campo da experimentação contemporânea, dentro da pluralidade da criação, e que deixam evidente que toda e qualquer fotografia é sempre resultado de uma construção.

Mas, aqui também, a analogia pode ser equivocada. Rouse trabalha com grandes empreendimentos abandonados, e não é essa necessariamente a busca de José Manuel Ballester, que muitas vezes se volta para lugares habitados ou frequentados. A questão comum a esses três artistas é a discussão do tempo-espaço que ressurge na contemporaneidade com novos significados.

As rupturas dos anos 80 trouxeram novos antagonismos: não mais a distinção entre fotografia pura ou construída; não mais entre a fotografia criativa e a fotografia artística, mas entre aquilo que agora chamaremos de bom grado de ficção do pós-humano e a renovação incontestável da prática documentária fotográfica, como também fílmica (Baqué, 2004:213).¹⁰

Como parte de sua visão de mundo, José Manuel Ballester não quis renunciar às possibilidades da pintura e nem às da fotografia. Ele acredita que a vida é uma representação teatral e que a cidade, com sua arquitetura, é o grande cenário desse teatro que vivemos: “A paisagem urbana nos dá pista sobre a sociedade que a criou. É isso que me fascina, é isso que busco”.

Modo de expressão da contemporaneidade

Como afirmava o pintor Vassily Kandisky (1866-1944), “cada época constrói uma arte que lhe é própria e que nunca renascerá”.

Parece que a expressão própria da contempora-

¹⁰ Tradução livre, pela autora, do original em francês.

neidade é a fotografia. Embora tenha nascido na Modernidade, é só no final do século XX – apesar de inúmeras tentativas anteriores – que ela entrará, com toda força, nas galerias e no mercado da arte, impondo-se como protagonista dos mais variados trabalhos.

A fotografia está na moda. Todos falam dela. Exposições fotográficas e festivais da imagem se sucedem pelo mundo todo. Redes sociais, flickrs, blogs...: a fotografia permeia todas as linguagens. Citando mais uma vez Charlotte Cotton (2010:7):

Estamos vivendo um momento excepcional para a fotografia, pois hoje o mundo da arte a acolhe como nunca o fez, e os fotógrafos consideram as galerias e os livros de arte o espaço natural para expor seu trabalho.

No momento em que a comunicação se torna cada vez mais fugaz e em que os modos de conhecimento se transformam, a fotografia – arte da cultura de massa por excelência – se coloca à frente de outras formas de expressão. Não é à toa que cresce o interesse em tentar compreendê-la, defini-la, em perceber o sentido da sua importância na sociedade contemporânea. É preciso analisá-la e estudá-la com base na sua própria história. É preciso saber de suas possibilidades criativas.

Qual a função da imagem fotográfica? Partimos de uma premissa explicitada por Andre Rouillé (2009:77): “A fotografia nunca registra sem transformar, sem construir, sem criar”. Devemos, portanto, compreender a criação fotográfica dentro de uma época definida.

Há tempos a semiótica nos vem ajudando a compreender que a significação das mensagens fotográficas é culturalmente determinada e que sua recepção necessita de códigos de leitura. Lembramos do caráter ambíguo e polissêmico da fotografia. Seguindo as linhas teóricas da

semiótica, e pensando nela como vestígio do real (portanto indiciária), a fotografia afirma a existência, mas, por ser representação, é sempre também uma ficção.

E é isso que o trabalho de José Manuel Ballester nos traz. Sem deixar de nos apresentar o referente, a parte concreta da fotografia, ele nos mostra também novas possibilidades visuais. Jogos de olhares, encontros de matéria e sonho.

Ele sabe “aproveitar” muito bem este momento da contemporaneidade em que processos muitas vezes se interpõem a resultados, mas sem esquecer a interpretação da ideia. As imagens nos convidam a entrar nesses cenários que ele cria.

Trabalha na fronteira entre fato e ficção, temas tão caros às discussões contemporâneas. Luzes cinematográficas, fotos em grande formato, fotografias encenadas, brincando entre a alegoria, o onírico e a psicologia. Fotografias que deixam claro que foram construídas, produzidas, como se nos apresentassem a destreza de um pintor frente a uma tela. A fotografia que se assume expressão, autoria e autorral (numa época em que estes termos ocupam o centro da discussão).



Figura 3 – Na imagem aparentemente caótica da cidade, o convite a desvendá-la pelo olhar. Em suas fotografias, José Manuel Ballester nos apresenta seus poemas visuais. (Foto: José Manuel Ballester. Cortesia: Dan Galeria).

E, num momento em que também se discute a banalidade da imagem, sua falta de espessura, o tratamento de temas sem nenhuma qualidade, o trabalho de José Manuel Ballester é quase um alívio, um instante em que a contemplação, há muito superada, se faz presente. Um momento em que um aparente espaço vazio se preenche de significados e citações. Uma imagem que se apresenta muito mais conotativa do que denotativa. A imagem que não prescinde de sua função de comunicabilidade.

Com suas fotografias, José Manuel Ballester construiu poemas visuais. Ele nos apresenta uma cidade que muitas vezes não estamos dispostos a ver, ou a reconhecer. Uma cidade que se desnuda de forma generosa para ele, ou talvez seja ele que consegue vê-la com essa generosidade. Cronista urbano, consegue mostrar o que para ele é a essência da fotografia: “Sensibilidade sem artifício”.

Referências

- BAQUÉ, Dominique. *Photographie plasticienne: l'extrême contemporain*. Paris: Du Regard Eds, 2009.
- COTTON, Charlotte. *A fotografia como arte contemporânea*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- ROUILLÉ, André. *A fotografia: do documento à arte contemporânea*. São Paulo: Editora Senac, 2009.
- CALVINO, Ítalo. *Le città invisibili*. Milão: Arnoldo Mondadori Editore, 1993.
- PERSICHETTI, Simonetta. “A cidade desnuda”. *O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 25/06/2010. Disponível em: <m.estadao.com.br/noticias/impresso,mobile,571653.htm>. Acesso em 20/9/2012.

TERCEIRA PARTE

Trajelórias

Pesquisando a comunicação na sociedade do espetáculo

Cláudio Novaes Pinto Coelho

O Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero concentra o seu foco de interesse na dimensão contemporânea da comunicação, contemplando como uma das suas linhas de investigação pesquisas sobre os produtos midiáticos. Na sociedade contemporânea, os produtos da mídia elaboram e reelaboram simbolicamente fatos e conteúdos tanto do domínio dos acontecimentos quanto da ficção, gerando aproximações estreitas entre informação e entretenimento.

A análise do processo de espetacularização da comunicação constitui-se como um dos eixos temáticos das pesquisas sobre os produtos midiáticos, e se concretiza na existência de um grupo de pesquisa, cadastrado no CNPq, voltado para o tema da comunicação na sociedade do espetáculo. O ponto de partida das atividades do grupo foi a intenção de investigar as características dos produtos midiáticos no contexto da sociedade do espetáculo. Nessa sociedade, a comunicação é marcada pelo entretenimento, pela produção de uma linguagem capaz de prender a atenção do público, seduzindo-o. O referencial teórico do grupo de pesquisa, além de Guy Debord, são textos

de autores vinculados à teoria crítica, entendida de forma abrangente, ou seja, textos que incentivam uma postura de questionamento do processo de mercantilização da comunicação na sociedade capitalista.

Se a dimensão mercantil dos produtos midiáticos é objeto de investigação, evidentemente as reflexões clássicas dos autores vinculados à chamada Escola de Frankfurt precisam ser discutidas, quer seja para um debate sobre a sua atualidade ou não; quer seja para que as relações entre estas reflexões e o pensamento de Debord sejam abordadas. Em vários momentos as atividades do grupo de pesquisa voltam-se para estas questões.

Refletir sobre as relações entre o pensamento de Debord e a Escola de Frankfurt significa constatar a existência de um mesmo ponto de partida, que é a análise feita por Marx da sociedade capitalista. Para Marx:

A riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em “imensa acumulação de mercadorias”, e a mercadoria, isoladamente considerada, é a forma elementar dessa riqueza. Por isso, nossa investigação começa com a análise da mercadoria. A mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que, por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia (Marx, 1975:41).

O traço distintivo da Escola de Frankfurt é justamente o seu caráter pioneiro na investigação da transformação da produção cultural em mercadoria. Ou seja, na análise de mercadorias que satisfazem necessidades cuja origem está na fantasia. A intenção de ao mesmo tempo dialogar com e atualizar o pensamento de Marx foi explicitada, por exemplo, por Walter Benjamin. Para ele:

Na época em que Marx empreendeu a sua análise, o modo de produção capitalista ainda estava em seus primórdios. Marx soube orientar sua pesquisa de modo a lhe conferir um valor de prognóstico. Remontando às relações fundamentais, pôde prever o futuro do capitalismo.(...) Como as superestruturas evoluem bem mais lentamente do que as infra-estruturas, foi preciso mais de meio século para que a mudança advinda nas condições de produção fizesse sentir seus efeitos em todas as áreas culturais. Verificamos hoje apenas as formas que elas poderiam ter tomado (Benjamin, 1975:11).

Diálogo e atualização é o que também pode ser dito da relação Marx/Debord, como fica evidenciado pela frase de abertura do livro *Sociedade do espetáculo*: “Toda a vida da sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (Debord, 1997:13). Ao final do primeiro capítulo, Debord declara que “o espetáculo é o *capital* em tal grau de acumulação que se torna imagem” (Idem:25). Para Debord, na contemporaneidade, a produção e consumo de mercadorias, o acúmulo de capital, é inseparável da produção e consumo de imagens, isto é, do acúmulo de espetáculos.

Mas, Debord, além de Marx, dialoga e atualiza também um outro autor, igualmente uma referência para a Escola de Frankfurt, que é Georg Lukács. Lukács retomou e desenvolveu as análises de Marx sobre a influência do processo de mercantilização nas formas de consciência social, em especial o fetichismo da mercadoria. Os argumentos marxistas em torno do fetichismo da mercadoria são um bom exemplo do método dialético e da sua crítica das aparências assumidas pela realidade social capitalista:

À primeira vista, a mercadoria parece ser coisa trivial, imediatamente compreensível. Analisando-a, vê-se que ela é algo muito estranho, cheia de sutilezas metafísicas e argúcias teológicas. Como valor-de-uso, nada há de misterioso nela, quer a observemos sob o aspecto de que se destina a satisfazer necessidades humanas, com suas propriedades, quer sob o ângulo de que só adquire essas propriedades em consequência do trabalho humano.(...) O caráter misterioso que o produto do trabalho apresenta ao assumir a forma de mercadoria, donde provém? Dessa própria forma, claro. A igualdade dos trabalhos humanos fica disfarçada sob a forma da igualdade dos produtos do trabalho como valores; a medida, por meio da duração, do dispêndio da força humana de trabalho toma a forma de quantidade de valor dos produtos do trabalho; finalmente, as relações entre os produtores, nas quais se afirma o caráter social dos seus trabalhos, assumem a forma da relação social entre produtos do trabalho.(...) A forma mercadoria e a relação de valor entre os produtos do trabalho, a qual caracteriza essa forma, nada têm a ver com a natureza física desses produtos nem com as relações materiais delas decorrentes. Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas.(...) Chamo a isto de fetichismo, que está sempre grudado aos produtos do trabalho quando são gerados como mercadorias (Marx, 1975:79,80,81).

Lukács retomou a crítica feita por Marx ao fetichismo da mercadoria e desenvolveu o tema das suas consequências para as formas de consciência social, explorando em especial a questão da reificação (coisificação):

Nesta etapa da evolução da humanidade não há problema que não nos remeta, em última análise, para esta questão, e cuja solução não deva ser procurada na solução do enigma da *estrutura* da mercadoria(...) como o problema central, estrutural da sociedade capitalista em todas as suas manifestações vitais. Só assim é possível descobrir na estrutura da relação mercantil o protótipo de

todas as formas de objetividade e de todas as formas de subjetividade na sociedade burguesa (Lukács, 1974:97).

No mundo mercantil capitalista, a própria atividade do trabalhador aparece como uma realidade estranha a ele, coisificada:

Deste fenômeno estrutural fundamental há que reter, antes do mais, o que faz com que o homem se oponha à própria atividade, ao seu próprio trabalho, como algo de objetivo, independente dele e que o domina pelas suas leis próprias, estranhas ao homem. Isto verifica-se tanto no plano objetivo como no plano subjetivo. *Objetivamente*, surge um mundo de coisas acabadas e de relações entre coisas (o mundo das mercadorias e de seu movimento no mercado). (...) *Subjetivamente*, a atividade do homem – numa economia mercantil realizada – objetiva-se em relação a ele, torna-se uma mercadoria regida pela objetividade das leis sociais naturais estranhas ao homem e deve efetuar seus movimentos tão independentemente dos homens como qualquer bem destinado à satisfação de necessidades, que se tornou coisa mercantil (Lukács, 1974:100-101).

O diálogo/atualização do pensamento de Lukács feito por Debord consiste em defender que no capitalismo contemporâneo a relação com os objetos (mercadorias) é uma relação mediada por imagens. Os seres humanos não só percebem a realidade como algo separado da sua própria atividade como também a representação (imagética) da realidade:

As imagens que se destacaram de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum, no qual a unidade dessa mesma vida já não pode ser restabelecida. A realidade considerada *parcialmente* apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudomundo à parte, objeto

de mera contemplação (...) O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediada por imagens (Debord, 1997:13,14).

Mas, as análises de Debord sobre o papel das imagens na sociedade capitalista também não podem ser compreendidas sem uma compreensão da obra de outros autores que, na mesma conjuntura histórica das décadas de 1960 e 1970, também refletiam criticamente sobre as relações entre a mídia e a produção e consumo de mercadorias. As visões de W.F. Haug (1996) sobre o processo de estetização das mercadorias e de Jean Baudrillard (1989) sobre a dimensão sedutora da linguagem publicitária são referências importantes para pesquisa sobre a comunicação na sociedade do espetáculo. No período histórico imediatamente posterior, ao final da década de 1970 e durante a década de 1980, Christopher Lasch (1983,1986), em diálogo com o tema da sociedade do espetáculo, desenvolveu reflexões sobre o papel das imagens por intermédio da sua investigação sobre a cultura do narcisismo.

Todos os autores até agora citados investigam as relações entre comunicação, produção e consumo de mercadorias. Já nas décadas de 1990 e 2000, as pesquisas de Naomi Klein (2002,2003) sobre as marcas e a cultura da imagem assumem uma importância decisiva, mostrando que a fase contemporânea do capitalismo, também caracterizada como sendo o capitalismo neoliberal só pode ser compreendida como um aprofundamento da fase anterior. O próprio Debord, nos seus *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, defende o ponto de vista de que estaria ocorrendo um processo de aprofundamento das características da sociedade do espetáculo por ele analisadas anteriormente.

No livro publicado em 1967, Debord defende a existência de duas formas distintas de manifestação do poder espetacular. O poder espetacular concentrado, pre-

sente em sociedades onde a vida social, inclusive a vida econômica, se concentra em torno das atividades do Estado, que é o produtor do espetáculo marcado pelo culto à figura do líder da nação. A Alemanha hitlerista e a Rússia stalinista seriam exemplo desta forma de poder. O poder espetacular difuso manifesta-se nos países considerados desenvolvidos do ponto de vista capitalista e com regimes políticos tidos como liberais. Nestas sociedades, o poder espetacular está disseminado socialmente, presente no cotidiano, e se manifesta em conjunto com a produção e o consumo de mercadorias, sendo, muitas vezes, também uma mercadoria, quando se trata dos produtos midiáticos da indústria cultural.

Nos *Comentários* publicados em 1988, Debord argumenta que aconteceu uma intensificação do poder espetacular, ocorrendo uma integração entre as formas anteriores e um esvaziamento de movimentos contrários à sociedade do espetáculo. Nos países “desenvolvidos” a produção de espetáculo alcança dimensões da vida social em que ainda não estava totalmente presente, se pensarmos a prática política por exemplo, e passou a estar presente também no cotidiano mercantilizado de sociedades antes consideradas como “socialistas”. Em escala mundial aconteceu uma ampliação simultânea da lógica mercantil e da capacidade de controle da sociedade pelo Estado. A China pós-maoísmo, os Estados Unidos após o 11 de setembro e a Rússia a partir de Putin são sociedades contemporâneas que se enquadram nos argumentos de Debord.

Desde o começo das atividades do grupo, houve uma articulação entre o debate de textos de referência e o acompanhamento de pesquisas desenvolvidas por mestrandos e posteriormente também por mestres formados pela Cásper Líbero, além de pesquisadores convidados de outras instituições.

Alguns resultados destas atividades podem ser conferidos, por exemplo, no livro *Comunicação e Sociedade do Espetáculo*, publicado pela Editora Paulus, e no dossiê “Crítica da comunicação e política na sociedade do espetáculo” publicado no número 30 da revista *Estudos de Sociologia* do Departamento de Sociologia da Unesp de Araraquara.

Anualmente, desde 2006, são realizados seminários com apresentação e discussão de pesquisas concluídas ou em fase de desenvolvimento de pesquisadores vinculados ao grupo ou de convidados. A partir de 2010 vem ocorrendo uma alternância entre seminários voltados para investigações da Comunicação e da Política na Sociedade do Espetáculo com seminários dedicados à Comunicação e à Cultura na Sociedade do Espetáculo. Esse direcionamento dos seminários reflete a existência de dois projetos do grupo de pesquisa em torno dos quais são agrupados os projetos individuais: Mídia, Política e Espetáculo e Comunicação, Cultura e Espetáculo.

Com o I Seminário Comunicação e Política na Sociedade do Espetáculo, realizado em 2010, iniciou-se a organização de seminários conforme os projetos de pesquisa do grupo. O foco do seminário foi a campanha eleitoral de 2010 e sua cobertura pelas diferentes mídias (impressa e eletrônica). Foram apresentados trabalhos, naquela ocasião ainda em fase de desenvolvimento, de membros do grupo de pesquisa, alunos do mestrado e docentes da Cápsula Líbero. Alguns dos temas abordados: linguagem jornalística e publicitária na apresentação dos principais candidatos à Presidência da República na *Folha de S. Paulo*; a publicação dos resultados de pesquisas eleitorais e sua influência na intenção de voto para as eleições presidenciais de 2010; a cobertura da eleição presidencial de 2010 pela revista *Veja*; a influência de Lula como mito, totem e tabu na campanha eleitoral 2010; os atores sociais na novela

eleitoral de 2010 e, por fim, a campanha de Marina Silva e o ambientalismo tardio.

Em 2011, foi organizado o I Seminário Comunicação e Cultura na Sociedade do Espetáculo. Nesse seminário, as reflexões concentraram-se em torno do tema: a produção cultural e a sociedade do espetáculo: reprodução ou transformação? O objetivo das apresentações foi discutir conceitos a respeito da Cultura na Sociedade do Espetáculo e seus vínculos com a teoria crítica da comunicação e analisar os seus desdobramentos em produtos midiáticos específicos, em espaços urbanos concretos e em movimentos artísticos do passado e do presente. Eis alguns dos temas das apresentações: a cultura como elemento de unificação da unidade perdida: uma abordagem do conceito de cultura em Guy Debord; Clube da Esquina: produção cultural e espaço urbano na Sociedade do Espetáculo brasileira; a indústria cultural e sua influência sobre o roteirista cinematográfico; o local fora da pauta: uma análise dos cadernos de cultura do *Correio Popular* e do *Jornal de Piracicaba*; indústrias criativas: o espetáculo não pode parar; Michael Jackson: a construção estética do rei do pop e a mídia; a marca arquitetônica: cultura, comunicação e espetacularização na cidade-mercadoria e produção artística versus lógica espetacular: uma análise da experiência “Cidade submersa”.

Em 2012 aconteceu o II Seminário Comunicação e Política na Sociedade do Espetáculo. Este seminário deu continuidade às atividades desenvolvidas no I Seminário, e que fazem parte do projeto de pesquisa Mídia, Política e Espetáculo. O seminário voltou-se para o debate das relações entre as práticas comunicacionais e a vida política dentro do contexto da sociedade do espetáculo, tendo como base reflexões sobre o processo político contemporâneo. Foram apresentados trabalhos voltados especificamente para esta

reflexão, além de pesquisas que desenvolvem esta reflexão tendo como foco análises das campanhas eleitorais de 2010 e 2012 e sua cobertura pelas diferentes mídias (imprensa e eletrônica). Alguns temas do seminário: neocolonialismo e neoclientelismo na política brasileira contemporânea; o rádio e sua influência nas eleições municipais de 2012 na cidade de São Paulo; a comunicação política nas redes sociais em um contexto histórico e social; eleições municipais 2012: as políticas culturais paulistanas; São Paulo, cidade criativa: eleições 2012; o lulismo: mito e política e produtos políticos nas prateleiras.

Este relato dos seminários organizados pelo grupo de pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo evidencia a multiplicidade de temas e de preocupações teóricas presentes, quando se investiga a comunicação na sociedade do espetáculo. Permite ainda a compreensão de que não faz sentido pesquisar a comunicação de modo geral, como fenômeno universal, dissociado do seu contexto social e histórico.

Este entendimento, por exemplo, caracteriza o estruturalismo de Lévi-Strauss, para quem todas as formas de vida social são organizadas em torno do princípio da reciprocidade, que se manifesta pela existência de um processo de troca de mensagens, de bens e de mulheres. Inicialmente, na obra inaugural do estruturalismo, Lévi-Strauss define a troca como um fenômeno total: “Ora, a troca, fenômeno total, é primeiramente uma troca total, compreendendo o alimento, os objetos fabricados e esta categoria de bens mais preciosos, as mulheres” (Lévi-Strauss, 1976:100). Posteriormente, conclui que a proibição do incesto, que institui a obrigatoriedade da troca de mulheres e a necessidade de uma relação de reciprocidade com o outro, é tão universal quanto a linguagem. O princípio da reciprocidade é inseparável da linguagem, isto é da comunicação com o outro:

A proibição do incesto é universal, como a linguagem. (...) Porque, ao compreender e fazer-se compreender, o homem entrega alguma coisa de si e adquire influência sobre o outro. A atitude respectiva de dois indivíduos que se comunicam adquire um sentido que de outro modo não possuiria. (...) O surgimento do pensamento simbólico devia exigir que as mulheres, tal como as palavras, fossem coisas que se trocam (Lévi-Strauss, 1976:534,536).

De modo diferente do pensamento de Lévi-Strauss, que analisa a vida social a partir das relações de troca, o ponto de partida de Marx é o processo de produção. Conforme a introdução ao texto que ficou conhecido como os *Grundrisse*, “O objeto deste estudo é, em primeiro lugar, a *produção material*” (Marx, 1974:109). Mas, se o ponto de partida é a produção, Marx, no entanto, problematiza a abordagem da produção em geral. Evidentemente existem elementos da produção presentes em todas as sociedades, mas estes elementos nunca existem isoladamente de contextos sociais e históricos específicos.

Toda produção é apropriação da natureza pelo indivíduo, no interior e por meio de uma determinada forma de sociedade. Neste sentido, é tautologia dizer que a propriedade (apropriação) é uma condição da produção. Mas é ridículo saltar daí para uma forma determinada de propriedade, a propriedade privada, por exemplo (o que, além disso, pressupõe uma forma antitética, a não-propriedade, como condição). (...) Em resumo: existem determinações comuns a todos os graus de produção, apreendidas pelo pensamento como gerais, mas as chamadas condições gerais de toda a produção não são outra coisa senão esses fatores abstratos, os quais não explicam nenhum grau histórico efetivo da produção (Marx, 1974:112-113).

A mesma dialética entre o universal e o particular deve estar presente também na pesquisa sobre a comuni-

cação. Só mediante uma atividade de abstração das realidades sociais e históricas concretas, é possível imaginar a comunicação em geral, ou a existência de um “campo comunicacional” isolado e autônomo. (Sequer para o estruturalismo de Lévi-Strauss essa separação da comunicação era possível. Para ele a comunicação era inseparável da troca de bens e das relações de parentesco baseadas na troca de mulheres.) Não por acaso, o questionamento da lógica da separação/abstração é o elemento chave da crítica de Debord à sociedade do espetáculo, que é a crítica do processo de autonomização das imagens.

(...) A especialização das imagens do mundo se realiza no mundo da imagem autonomizada, no qual o mentiroso mentiu para si mesmo. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não-vivo (Debord, 1997:13).

Não estamos vivendo, ao contrário do que um certo senso comum pode afirmar, uma dominação pela mídia, ou qualquer outra expressão com conteúdo semelhante. Este entendimento sobre a comunicação é superficial, uma abstração dos seus vínculos sociais e políticos e uma redução da sociedade do espetáculo à sua dimensão técnica:

Mas o espetáculo não é o produto necessário do desenvolvimento técnico, visto como desenvolvimento *natural*. Ao contrário, a sociedade do espetáculo é a forma que escolhe o seu próprio conteúdo técnico. Se o espetáculo tomado sob o aspecto restrito dos “meios de comunicação de massa”, que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra; ela convém ao automovimento total da sociedade.(...) A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do Estado moderno, isto é, da forma geral da

cisão na sociedade, produto da divisão do trabalho social e órgão da dominação de classe (Debord, 1997:20-21).

De acordo com Debord, na sociedade capitalista contemporânea não é possível separar a comunicação (produção e consumo de imagens) da realidade social capitalista (produção e consumo de mercadorias):

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmage do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. É afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o consumo que decorre dessa escolha (Debord, 1997:14-15).

A comunicação faz parte tanto da dimensão material (infraestrutura) quanto da dimensão cultural-ideológica (superestrutura). Esta compreensão sobre a comunicação já estava presente entre os frankfurtianos, particularmente entre Adorno e Horkheimer, que já analisavam a ideologização do real, quando a produção e o consumo de mercadorias se tornam a justificativa da existência da própria sociedade capitalista, apontando que a publicidade é a linguagem da indústria cultural:

Na medida em que a pressão do sistema obrigou todo produto a utilizar a técnica da publicidade, esta invadiu o idioma, o “estilo” da indústria cultural. (...) A publicidade converte-se na arte pura e simplesmente, com a qual Goebbels identificou-a premonitoriamente, *l’art pour l’art*, publicidade de si mesma, pura representa-

ção do poderio social. Nas mais importantes revistas norte-americanas *Life* e *Fortune*, o olhar fugidio mal pode distinguir o texto e a imagem publicitários do texto e imagem da parte redacional (Adorno e Horkheimer, 1985:152).

Na contemporaneidade, o reconhecimento da não separação entre o econômico e o cultural é feito, por exemplo, por Frédéric Jameson. Para ele:

O que ocorreu é que a produção estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral: a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões), com um ritmo de *turn over* cada vez maior, atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais à inovação estética e ao experimentalismo (Jameson, 1996:30).

Pesquisar a comunicação na sociedade do espetáculo é refletir criticamente sobre o que impede a comunicação de se colocar a serviço do pensamento questionador e da cidadania. As investigações realizadas no grupo de pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo estão inseridas no universo acadêmico, mas não se esgotam nele, pretendem colaborar para a consciência crítica, indispensável em qualquer processo de transformação social.

Referências

- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. 2ª edição. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na época das suas técnicas de reprodução". In: *Textos escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1975, p. 9-34. [Coleção Os Pensadores, v. 48].
- COELHO, Cláudio N.P. (Org.). "Dossiê: Crítica da comunicação e política na sociedade do espetáculo". *Estudos de Sociologia*, v.

16, n. 30, 2011, p. 15-95. Disponível em: <seer.fclar.unesp.br/index.php/estudos>. Acesso em 09/11/2012.

COELHO, Cláudio N.P. e CASTRO, Valdir J. de (Orgs.). *Comunicação e sociedade do espetáculo*. São Paulo: Paulus, 2006.

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

HAUG, Wolfgang F. *Crítica da estética da mercadoria*. São Paulo: Editora Unesp, 1996.

JAMESON, Frédéric. *Pós-modernismo*. São Paulo: Editora Ática, 1996.

KLEIN, Naomi. *Sem logo: a tirania das marcas num planeta vendido*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

KLEIN, Naomi. "Marcas globais e poder corporativo". In: MORAES, Dênis de (Org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 173-186.

LASCH, Christopher. *Cultura do narcisismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LASCH, Christopher. *O mínimo eu*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Estruturas elementares do parentesco*. Petrópolis: Vozes, 1976

LUKÁCS, Georg. *História e consciência de classe*. Porto: Publicações Escorpião, 1974.

MARX, Karl. "Para a crítica da economia política. Introdução". In: *Karl Marx*. São Paulo: Abril Cultural, 1974, p.109-129. [Coleção Os Pensadores, v. 35].

MARX, Karl. *O Capital*. Livro 1, Volume 1, 3ª edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

Narrativas imagéticas: caminhos

Dulcília Helena Schroeder Buitoni

Palavras e imagens

As imagens sempre estiveram presentes em nossas reflexões sobre comunicação. A redação jornalística parecia pedir trânsitos visuais: havia uma solicitação quase natural de incluir fotografias estáticas e/ou imagens em movimento no texto de jornais e revistas, e mesmo no texto literário. Crônica, reportagem, literatura, livro-reportagem, texto-documentário, documentário cinematográfico, webdocumentário foram se sucedendo e interagindo na busca de novos formatos. Os temas também exigiam imagens: jornalismo de revista, comunicação e relações de gênero, grande reportagem, fotografia, cinema e vídeo, educação infantil, narrativas na internet.

Uma longa trajetória na Universidade de São Paulo veio ter uma extensão significativa numa instituição universitária pioneira na área de comunicação – a Faculdade Cásper Líbero. A carreira docente iniciada em 1972 na Escola de Comunicações e Artes da USP, onde me graduei em jornalismo na primeira turma (1967-1970), percorreu todos os degraus, até chegar ao cargo de professora titular, em 1991. A atividade de professora e docente na pós-graduação começou em 1981.

Para descrever meus passos no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero,

é preciso retomar a sequência de trabalhos desenvolvidos na pós-graduação em Comunicação da ECA-USP, trabalhos esses iniciados em 1981, logo após a conclusão do meu doutorado em 1980, na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP.

Das palavras fui para as imagens. Talvez bem cedo: jovem estudante de jornalismo, preocupava-me com a relação entre texto e foto e com os sentidos construídos pelas imagens. Interessava-me a narrativa. Ao tomar contato com o fenômeno fotonovelas – a revista *Capricho* era a mais vendida da Editora Abril, mais do que *Veja*, *Realidade* ou *Claudia*; só perdendo para os quadrinhos *Pato Donald* e *Mickey* –, voltei-me para o melodrama contado por fotos, objeto do meu mestrado “O quadrado amoroso: algumas considerações sobre a narrativa de fotonovela”. Tendo descoberto um filão inexplorado – havia poucas obras sobre a imprensa feminina –, trabalhar com a imagem da mulher nas revistas femininas brasileiras foi uma opção natural para o doutorado, “Mulher de papel: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira”, que foi publicado em livro em 1981. Além disso, havia sido transferida para o núcleo de revistas femininas da Editora Abril, o que aumentava o meu contato com a área. A interface entre relações de gênero e comunicação prolonga-se até hoje em minhas pesquisas.

No mestrado e no doutorado da ECA-USP, comecei a orientar pesquisas sobre imprensa feminina, logo me direcionando para as visualidades. Assim, dissertações sobre design gráfico, capas de revista, fotojornalismo, quadrinhos, álbum de figurinhas, entre outras. A primeira tese de doutorado orientada (1988) foi sobre narrativa da revista *Realidade*. Seguiram-se vários trabalhos sobre fotografia e/ou fotojornalismo, sobre televisão e teses de pesquisa teórica.

Quando iniciei minhas atividades na pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, em abril de 2006, o projeto para o programa de pós-graduação “Comunicação na contemporaneidade” estava sendo finalizado. Participei de reuniões em que discutimos a denominação das linhas de pesquisa e acréscimos aos textos já produzidos. A versão final que foi enviada à Capes foi resultado de um trabalho conjunto de dez professores. Tendo sido aprovado o projeto, a primeira seleção aconteceu no mês de agosto de 2006. O programa de mestrado “Comunicação na contemporaneidade” apresenta duas linhas de pesquisa: “Processos midiáticos: tecnologia e mercado” e “Produtos midiáticos: jornalismo e entretenimento”, à qual pertencço. Ficaram sob minha responsabilidade as disciplinas: “Perspectivas do jornalismo na sociedade globalizada” e “Poéticas e estéticas contemporâneas”, que foram se alternando nos semestres até o ano de 2012.

Visualidades

Desde os anos 1980, pesquisamos o uso da imagem fotográfica na mídia impressa, bem como a imagem em movimento, seja videográfica ou cinematográfica. A tese de livre-docência “Texto-documentário: espaço e sentidos” (ECA-USP, 1986) já discutia as relações texto-imagem no jornalismo e propunha novas construções textuais e imagéticas para documentação do real. Desde essa época, orientamos na pós-graduação da ECA-USP algumas dissertações e teses que traziam indagações a respeito de imagem – quase sempre fotográfica – e jornalismo. As dissertações “Por uma terra sem mal: documentação fotográfica e identidade indígena” (1987), de Fausto Pires de Campos; “Além das recordações: fotografia e velhice explícita” (1989), de Vera Simonetti Racy; “Assim na Terra como no Sol: uma leitura em diagrama” (1989), de Maria Leticia Rauen Viana;

“Um texto icônico/verbal por semana: vendo/lendo capas de *Veja*” (1992), de Mayra Rodrigues Gomes; “Aprenda a ver as coisas: fotojornalismo e modernidade na revista *O Cruzeiro*” (1992), de Helouise Lima Costa; “Realidades construídas. Estudo da imagem fotográfica: documento do real e representação de ficção” (2003), de Cristine de Bem e Canto.

Também algumas teses trabalharam a imagem jornalística: “Telejornalismo e comunidade: o bairro como espaço de cena e o olhar vigilante no SPTV” (2007), de Edna de Mello Silva; “A fotografia na imprensa diária paulistana nas primeiras décadas do século XX: *O Estado de S. Paulo*” (2005), de Telma Campanha Madio; “Festa popular em brancos e pretos: formas de fazer ver a lavagem do Senhor do Bonfim da Bahia” (2004), de Atilio Avancini; “Televisão objeto: a crítica e suas questões de método” (2002), de Eugênio Bucci e “O discurso fotográfico: a intencionalidade de comunicação no fotojornalismo” (2000), de Paulo Cesar Boni.

As orientações no mestrado da Faculdade Cásper Líbero continuaram na mesma tendência de incluir reflexões sobre a imagem: a maioria das dissertações envolveu objetos visuais e/ou audiovisuais.

Vivemos uma era de visibilidades. Visibilidades artísticas, publicitárias, funcionais, científicas, jornalísticas. A atmosfera imagética envolve a maioria dos seres humanos em todos os segundos de suas horas acordadas. Teorias sobre imagem tentam explicar sua natureza e analisar as formas de produção dessa espiral que muitos nomeiam hiperimagem. Ao pesquisar o universo imagético, interessou-nos uma figuração específica: a imagem trabalhada pelo jornalismo. Que tipo de imagem pode ser chamada de jornalística? Essa pergunta norteou pesquisa empreendida mais especificamente desde 2007, embora a reflexão

sobre a imagem venha sendo feita desde meados dos anos 1980, quando então apresentei na ECA-USP a tese de livre-docência “Texto-documentário: espaço e sentidos”.

A carreira de docente e pesquisadora no departamento de jornalismo e editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo frequentemente se deparou com a dificuldade de encontrar textos que abordassem a presença da imagem no jornalismo. Muitas de nossas pesquisas buscaram construir um referencial teórico para a análise da imagem documental; outras ainda foram em direção de novos formatos e linguagens. Sempre foi preciso levantar bibliografias de diferentes áreas; e então era necessário preparar material adequado aos níveis de graduação e pós-graduação. Com a multiplicação infinita das imagens contemporâneas e a mudança de seus modos de produção, circulação, consumo e armazenamento, discutir o que representa para o jornalismo a imagem pós-fotográfica é tarefa que se desdobra em muitas direções.

Mesmo com o predomínio do interesse pelas imagens, continuei desenvolvendo pesquisas sobre comunicação e relações de gênero – que muitas vezes incluíam material visual – e sobre livro-reportagem, especialmente sobre um tema de militância pessoal: a educação infantil.

Três obras, três direções

No início do século XXI, reservei um espaço para voltar a pesquisar sobre a pedagogia da Te-Arte, escola de educação infantil, que já tinha sido abordada em forma de livro-reportagem como parte de minha tese de livre-docência e publicada em livro, “Quintal mágico: educação-arte na pré-escola” (São Paulo: Brasiliense, 1988). Esse trabalho tinha muita relação com as reflexões sobre as potencialidades representativas da narrativa em texto, combinada com imagens fotográficas. Foi então publicado um novo livro, “De

volta ao quintal mágico: a educação infantil na Te-Arte” (São Paulo: Ágora, 2006), lançado um pouco depois do início de minha colaboração com a Faculdade Cásper Líbero.

As atividades na Faculdade Cásper Líbero, o contato com os colegas e os alunos e as mensagens vindas de vários estados solicitando informações sobre o livro *Mulher de papel* – que estava esgotado há anos – fizeram com que eu empreendesse novas pesquisas visando a publicação de uma segunda edição bastante ampliada. O livro publicado em 1981 apresentava a imagem da mulher brasileira numa linha do tempo que ia até o final dos anos 1970. Acrescentei então análises relativas às décadas de 1980 e 1990, completando a abordagem de todo o século XX. A edição com o título *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina* (São Paulo: Summus, 2009), é uma decorrência de meu trabalho junto à pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero.

A necessidade de discussões sobre a presença da imagem na sociedade midiática contemporânea sempre fez com que grande parte de meus estudos focasse as visualidades, sejam impressas ou eletrônicas. As atividades na Faculdade Cásper Líbero acentuaram mais ainda as pesquisas visuais.

Uma preocupação central é a imagem jornalística, que acabou gerando mais um livro, este totalmente pesquisado durante este período na Cásper Líbero. As imagens fotográficas estão sofrendo mutações de forma, conteúdo, circulação, critérios de autoria etc. A utilização da imagem com finalidades jornalísticas demanda cada vez mais reflexão e pesquisa de formas de análise e possibilidades de novas aplicações. Dispomos de fundamentações teóricas sobre a imagem de diferentes filiações – e poucas focalizam a especificidade jornalística. As obras mais acessíveis aos estudantes universitários quase sempre se

concentram em visões técnico-práticas, não aprofundando discussões sobre produção e consumo de imagens midiáticas. As pesquisas dos últimos anos resultaram na publicação do livro *Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem*, recentemente lançado pela Editora Saraiva. A obra se propôs a reunir as principais fundamentações teóricas sobre a fotografia e seus usos jornalísticos. Procuramos incluir elementos sobre a imagem estática e em movimento, a imagem pré-fotográfica, fotográfica e pós-fotográfica em diferentes suportes impressos, videográficos, televisivos, cinematográficos, em computadores, em celulares; a reflexão sobre o fotojornalismo, o telejornalismo, o webjornalismo, sobre o documentário jornalístico e sobre interfaces.

Imagem e interfaces: eixos teóricos

As distinções imagéticas – imagem cinematográfica, imagem videográfica e imagem fotográfica – são fundamentais para nosso estudo. A imagem fotográfica pode ser considerada como a matriz das subseqüentes evoluções tecnológicas e estéticas; é importante começar a reflexão a partir da fotografia. Porém, refletir sobre as características da imagem cinematográfica e do discurso cinematográfico, assim como a imagem-vídeo, é imprescindível para lidar com as mutações imagéticas contemporâneas.

As atividades na Faculdade Cásper Líbero também propiciaram um maior contato com a comunicação na web, em especial o webjornalismo, que se transformou inclusive em objeto de pesquisa.

Temas como o peso da representação, a questão do real, fotografia e artifício; e a entronização inescapável do áudio, a interatividade, as “flutuações” e os fluxos na web foram se tornando cada vez mais presentes nos estudos.

As imagens representadas constituem o foco da discussão, pois pressupõem um processo de cultura, ou melhor, incluem codificação. As imagens mentais não estão sendo tratadas, nem as imagens perceptivas, construídas diretamente pelo sistema olho-cérebro. Imagens estáticas e em movimento presentes em sites na web, transitando por celulares e tablets, em revistas e livros eletrônicos, em programas de TV aberta e TV a cabo estão modificando todas as fases dos circuitos comunicativos.

Embora o cinema e a televisão trabalhem com elementos comuns de linguagem como enquadramentos, a tela do vídeo possibilita a presença de mais de um quadro, além de elementos incrustados, como, por exemplo, o apresentador de um telejornal no canto da tela. Lucia Santaella relaciona as dimensões reduzidas da tela da televisão com a quantidade maior de planos aproximados e de curta duração, “devido a uma frequência bem maior dos cortes nas tomadas, a ponto de se poder afirmar que, enquanto o cinema cria uma sintaxe de durações, a televisão cria uma sintaxe de cortes” (Santaella, 2006:185).

No contexto dos estudos visuais, partimos desde a fenomenologia de Gaston Bachelard, com sua inspiradora *A poética do espaço*, de trabalhos dos brasileiros Arlindo Machado, Lucia Santaella e Ismail Xavier, para nos concentrarmos num autor que vem desenvolvendo uma importante e consistente obra. Josep M. Català, professor da Universidad Autònoma de Barcelona, com formação em história, cinema e comunicação, desenvolveu conceitos que ajudam a desvendar as complexidades das imagens atuais. Desde o ano 2000, mantemos contato e colaborações em pesquisas e eventos acadêmicos.

Os conceitos de imagem complexa e de interface, tal como foram desenvolvidos pelo pesquisador Josep M. Català, estão sendo muito utilizados em nossas pesquisas

e orientações. Acreditamos que trazem novos instrumentos de compreensão dos espaços imagéticos contemporâneos, com aplicações em diferentes processos de fabricação e distribuição de imagens. Ele ainda traz uma inflexão essencial, ao incorporar o elemento som à imagem: a concepção de imagem interface está relacionada à representação audiovisual.

Outros autores, como Lev Manovich, trazem contribuições. Ele assinala (Manovitch, 2006:64-71) que os chamados novos meios resultam da convergência de dois percursos historicamente separados – as tecnologias de informática e as tecnologias de comunicação. A metade do século XX viu aparecer um computador digital que efetuava cálculos mais eficazes com dados numéricos, substituindo os diversos tipos de calculadoras mecânicas, utilizadas por empresas e governos desde a virada do século. Desde então, assistimos ao crescimento das tecnologias midiáticas que permitem guardar e veicular imagens, sequências de imagens, som e texto, por meio de diferentes suportes materiais. Da película passamos às imagens digitais.

A informática processou a tradução de todos os meios atuais em dados numéricos; também temos acesso a essa produção que se multiplica exponencialmente via computador. Todas as formas de expressão humana: desenhos, gráficos, imagens figurativas fixas e em movimento, textos verbais, sons se transformaram em computáveis. Então, o conceito de interface vem se impor como interrogação e como proposta epistemológica. Até que ponto a construção do conhecimento está sendo alterada?

Lev Manovich trabalha muito com a estética cinematográfica, assim como Josep M. Català. O cinema criou uma espécie nova de olhar, uma condição de ver o mundo e estar a salvo, ocupar o centro sem assumir encargos. Esse olhar “irresponsável” também é o olhar que a televi-

são propicia. Ismail Xavier descreve a forma desse olhar do espectador cinematográfico:

Estou presente, sem participar do mundo observado. Por olhar, me insinuo invisível nos espaços a interceptar os olhares de dois interlocutores, escrutinar reações e gestos, explorar ambientes, de longe, de perto. Salto com velocidade infinita, de um ponto a outro, de um tempo a outro. Ocupo posições do olhar sem comprometer o corpo, sem os limites do meu corpo. Na ficção cinematográfica, junto com a câmara, estou em toda parte e em nenhum lugar; em todos os cantos, ao lado das personagens, mas sem preencher espaço, sem ter presença reconhecida. Em suma, o olhar do cinema é um olhar sem corpo (Xavier, 1988:370).

Nos *reality shows* televisivos, o olhar sem corpo vem sendo potencializado, incluindo ainda uma obsessão voyeurista que é presente com menos força no cinema. De uma certa maneira, o usuário da internet em equipamentos fixos ou móveis, também pratica o olhar sem corpo apesar da interação feita com seus dedos.

Os conceitos de reprodução e de representação se embaralham; tempo real e tempo-duração se confundem. Philippe Dubois exemplifica com os circuitos fechados de vigilância de zonas urbanas como o metrô, lojas, prédios:

Nos circuitos fechados em que o tempo é contínuo e a duração infinita (salvo em caso de pane das máquinas), a imagem adere temporalmente ao real até se identificar integralmente a ele em sua quase eternidade visual, isto é, em sua vacuidade mesma, no vazio que ele encarna soberanamente. Tempo durativo, tempo real, tempo contínuo, a imagem-movimento do cinema e da televisão/vídeo parece assim levar o mimetismo e a reprodução do mundo ao seu extremo, até o absurdo: em última análise, o ponto de chegada desta lógica seria o de uma imagem tão fiel e exata que ela viria duplicar integralmente o real na sua totalidade (Dubois, 2004:52-53).

Seria a realização do velho mito da imagem total, de uma possibilidade de representação integral do mundo. A reflexão de Dubois caminha para a “perfeição” tecnológica da fabricação de imagens pela informática. Os fundamentos da reprodução estão abalados:

A partir do momento em que a máquina deixa de reproduzir para gerar seu próprio real (que é a sua imagem mesmo), é claro que a relação de semelhança perde um pouco o sentido, pois já não há mais representação nem referente. Ou então, para sermos mais exatos, ganha um sentido inverso: não é mais a imagem que imita o mundo, é o “real” que passa a se assemelhar à imagem. Na verdade, trata-se de uma espiral infinita, uma analogia circular, como uma serpente que morde a própria cauda: a relação mimética funciona como os dois espelhos paralelos que se refletem e se repercutem ao infinito sem que saibamos qual foi o ponto de partida (Dubois, 2004:53).

No entanto, a obsessão de semelhança persiste como um norte no horizonte de pesquisadores e engenheiros que aperfeiçoam programas e parâmetros digitais de figuração. Por isso, Dubois (2004:53) afirma que a maior parte das imagens de síntese, apesar de poderem inventar figuras visuais totalmente inéditas e nunca vistas, esforça-se ao contrário para reproduzir imagens já disponíveis, objetos já conhecidos do mundo. Os computadores apostam na semelhança, mesmo que falseada ou forçada, não tanto para mostrar que podem “fazer tudo”, mas porque não sabem mais o que fazer, como criar algo totalmente distinto do real. É uma espécie de imitação ao avesso, que mostra a pobreza de um raciocínio que busca apenas o aumento da semelhança com o real.

A reflexão sobre reprodução e semelhança deve ir mais além. Dubois (2004) mostra que a questão da seme-

lhança não é uma questão técnica, mas estética. Acrescentamos: a reflexão estética incide em questões epistemológicas. Nesse sentido, é possível articular diretamente com os conceitos de imagem complexa e de interface, de Josep M. Català. Imagem complexa e interface estão ligadas à sociedade do conhecimento e seus fluxos de informação. Para ele (Catalá, 2010:377), é necessário incorporar a reflexão filosófica às ciências da comunicação, pois a forma do real é ineludivelmente filosófica, antes de ser científica.

O senso comum identifica os novos meios principalmente com o uso do computador para a distribuição e a exibição, mais do que na produção. Para Lev Manovich, essa definição parece muito limitada se queremos compreender os efeitos da informatização sobre a totalidade da cultura:

Não há motivos para privilegiar o computador como aparato de exibição e distribuição acima de seu uso como ferramenta de produção ou como dispositivo de armazenamento. Todos possuem o mesmo potencial para transformar as linguagens culturais vigentes. E também para deixar a cultura como está (Manovich, 2006:64).

Segundo ele, a revolução informática incide em todas as fases da comunicação – captação, manipulação, armazenamento e distribuição –, assim como afeta materiais de todo tipo, sejam textos, imagens fixas e em movimento, sons ou construções espaciais. Para analisarmos fases ou materiais, precisamos de novos instrumentos teóricos. Fenômenos como a recombinação ou remixagem apontados, entre outros, por André Lemos (2006:55) também suscitam a busca de perspectivas teóricas.

Josep M. Català tem uma obra fundamental, resultado de anos de pesquisa, “La imagen compleja” (2005), um extenso tratado sobre a representação visual e o conhecimen-

to humano, onde formula o conceito de “imagem complexa”, de grande versatilidade em pesquisas teóricas ou aplicadas.

Ao invés de utilizar a expressão cultura da imagem, Català prefere denominar como cultura visual os cenários imagéticos contemporâneos. Ele não compartilha da condenação à imagem, feita por autores como Guy Debord; procura sim decifrar uma ecologia do visível em suas distintas manifestações. Para ele (Catalá, 2005:43), a imagem, como conceito, pertenceu sempre ao paradigma do texto. Pensava-se a imagem como informação, como comunicação, como mensagem:

Significava, ou bem anular a temporalidade da imagem para relacionar toda a duração com o espectador, ou, pelo contrário, absorver o espectador em um simulacro do fluxo temporal expressado através do movimento na imagem: em ambos os casos, o conceito de tempo linear, entendido de maneira sintagmática, reinava indiscutido. Tudo isso se encontra, *repentinamente*, fora de lugar, posto que a cultura visual trata de outra coisa. A cultura visual, sobretudo, não trata de imagens como objetos de caráter distinto dos textos, aos quais, portanto, poderiam anular, superar, borrar (Catalá, 2005:43).

Para Català, a *imagem*, considerada individualmente, já não existe. Existem as imagens, sempre no plural: “ou se queremos ser literais às custas de ser imprecisos, podemos afirmar que existe o visual como um conglomerado, praticamente sem limites” (Catalá, 2005:43). Segundo ele, a imagem tradicional, ligada à ciência e à objetividade, é transparente, mimética, ilustrativa e espetacular (espetacularidade que vem desde o Renascimento, quando a pintura funcionava para deslumbrar seus observadores privilegiados). Em contraposição, a imagem complexa, passando pelo influxo da arte e da subjetividade, é opaca, positiva, reflexiva e interativa. A imagem complexa constrói uma vi-

sualidade pós-científica e uma nova objetividade que implica na desconstrução da objetividade científica convencional. A complexidade é uma forma de interrogar a imagem: o que faz com que ela seja complexa? Para interrogar a imagem, precisamos desenvolver um olhar – que ele chama de “mirada” – também complexo.

A pesquisa sobre imagem complexa avançava para a construção do conceito de interface, já trabalhado no livro *La imagen compleja* (2005), sendo que depois houve um livro, *La imagen interfaz* (2010), inteiramente dedicado à discussão da interface como modelo mental. Primeiramente, o autor catalão descreve as acepções mais comuns da palavra interface, todas elas relacionadas entre si, mas distintas quanto sua importância e funcionamento. Assim, estão os múltiplos dispositivos que relacionam máquina e usuário, tais como tela e mouse; são mecanismos. A seguir, aponta o espaço visual-cognitivo que põe em conjunção o usuário e as capacidades do computador e de seus programas. Ele parte para uma ampliação do conceito, em que esta nova forma de relação entre tecnologia e o ser humano se converte em um “modelo mental-antropológico” que implica em uma nova visão da comunicação humana. E a imagem é o princípio catalisador e articulador dessa proposta.

Lev Manovich (2006) também tratou do fenômeno da interface; de um lado como interfaces culturais e de outro em suas diferentes formas de funcionamento. Embasado principalmente em estudos cinematográficos, ele aponta como interfaces culturais três momentos: a palavra impressa, o cinema e, agora, o computador. Manovich considera que a interface do computador atua como um código que transporta mensagens culturais em uma diversidade de suportes. Ao examinar os princípios dos novos meios, não se deteve nas categorias mais conhecidas como a interatividade e a hipermídia; definindo, então, cinco características:

representação numérica, modularidade, automatização, variabilidade e transcodificação cultural. Ele (Manovich, 2006:122) assinala que a moderna interface entre homem e computador tem uma história muito mais curta do que a da palavra impressa ou a do cinema. Essas três tradições, palavra, cinema e computador, desenvolveram maneiras particulares de organizar a informação, apresentá-la ao usuário, relacionar o tempo com o espaço e estruturar a experiência humana para acessar a informação. A cena contemporânea tem caminhado mais e mais para a espacialização. Noções de tempo estão sendo alteradas.

Numa linha de pensar modelos mentais e modelos antropológicos, Català aprofundou a reflexão sobre a forma interface como sistema de representação, alcançando contornos epistemológicos. Geralmente, a interface vem sendo trabalhada em seus aspectos funcionais. Os antecedentes da interface como um modelo mental foram, segundo ele, o teatro grego e a câmara escura. O teatro grego, além de expressar o nascimento de um novo tipo de espetáculo, formalizou uma estrutura mental fruto de uma série de configurações sociais e filosóficas, que se converteu em elemento estruturador do imaginário. Os modelos mentais dos indivíduos são repetitivos: respondem a esquemas sociais, formam parte de um mesmo imaginário social.

A câmara escura (processo muito antigo na cultura humana: um pequeno orifício na parede de um quarto escuro projeta a imagem externa na parede oposta) é o segundo modelo mental descrito por Català. Esse fenômeno natural foi reproduzido de forma artificial com a construção de quartos e posteriormente aparelhos que projetavam a imagem: era a introdução da técnica. Houve uma “tecnificação” do real e o sujeito foi convertido em espectador de representações do mundo. O modelo da câmara escura é, então, a soma de um dispositivo técnico e de um conceito imaginário.

Fotografia e cinema são decorrências desse modelo mental da câmara escura. Por sua vez, a televisão operou uma conversão da imagem analógica da fotografia e do cinema em uma imagem eletrônica – que já não possui a consistência visual das anteriores pois necessita de aparelhos que a compõem e recompõem. O terceiro modelo é a interface. Català (2010:141) diz que o cinema é a última projeção tecnológica do modelo da câmara escura, mas “nele já aparecem características que não lhe pertencem e que apontam para o novo modelo mental, a interface”.

O modelo mental da interface vem alterar a posição do sujeito. Para Català (2010:142), “a interface supõe, em primeiro lugar e muito principalmente, o regresso do sujeito ao dispositivo da comunicação. Já não falamos de receptores ou de emissores, mas sim de sujeitos”. Há uma ressalva, não é exatamente o retorno ao sujeito: trata-se do surgimento de uma subjetividade distinta, “localizada na constelação técnica mais do que no interior dos indivíduos, porém sem que esse interior haja se desvanecido de todo.”

Na construção do conceito de interface empreendida por Català, a imagem é dominante. Assim, a anterior era de imagem do mundo se dissolve na interface. Català vê essa evolução na interface:

Na interface, o conhecimento é imagem, as ideias adquirem forma visual. Na interface, a razão se impõe sobre o ser e o subjetiva. No entanto, por sua vez, a imagem deixa de estar frente a nós e o sujeito deixa de ser um agente distante que atua por osmose, por absorção das coisas em sua pura subjetividade. Pelo contrário, o sujeito se incorpora na própria imagem do conhecimento que resulta da fusão de si mesmo com a representação subjetivada. O sujeito se torna objeto e o objeto, sujeito, em um contínuo dobrar-se e desdobrar-se (Català, 2010:143).

Com a interface, entramos na era da representação estendida. Català (2010:240) afirma que deixa de existir um único espaço de representação – a página, o quadro, a cena, a tela – para abrir a possibilidade de uma infinidade de espaços potenciais. Esses espaços não correspondem a uma materialidade concreta, não são fragmentos de espaço como o plano cinematográfico, e sim “potências visuais que se convertem em espaço virtual de acordo com a necessidade representativa-conceitual-informática de cada momento”.

A forma interface como novo sistema de representação é encarada como um processo; não se trata apenas de imagens que se comportem como portas ou janelas em comunicação com outros campos de conhecimento:

Portanto, o processo de investigação mediante a forma interface não consiste no desenvolvimento estético de formas, como se fossem mapas cognitivos dinâmicos; trata-se sim de propostas de encontro de dados, saberes, perspectivas, postulados, etc. que dão lugar a uma forma que não é só organizativa, mas que ela mesma contém significado, ela mesma contém um postulado sobre o conjunto (Catalá, 2010:298).

Apesar de não excluir o aparato verbal, toda a reflexão envolve o pensamento visual e a presença de um sujeito, afastando-se de automatismos. Os processos não serão em nenhum momento totalmente automáticos: “tampouco se trata de equiparar esse movimento-reflexão à estruturação linguística” (Catalá, 2010:299). O sujeito usa ferramentas de mediação constantemente cambiante; a mutabilidade habilita novas formas de reflexão.

Entendida como um novo modo de exposição, a forma interface abrange um espectro epistemológico, técnico, comunicativo e estético; amplia nossa maneira de pensar e

extrapola as possibilidades do dispositivo informático concreto. As redes recolhem, distribuem e configuram novos conhecimentos. A forma interface abre e multiplica espaços de comunicação e de conhecimento. Català (2010:374) propõe o pensar com as imagens, em busca de “uma metacência preparada para a complexidade do real”.

Fluxos e intersecções retornam ao conceito de imagem complexa. Cruzamentos entre comunicação, arte, ciência, tecnologia e subjetividade encontram eco nas palavras de Dubois. A enumeração das oposições dialéticas corresponde às características apontadas por Josep M. Català:

(...) convém jamais perder de vista que as formas de representação e figuração, para além das diferenças tecnológicas de suporte, operam esteticamente, e desde sempre, com modulações infinitas de oposições dialéticas entre a semelhança e a dessemelhança, a forma e o informe, a transparência e a opacidade, a figuração e a desfiguração, o visível (ou o visual) e o invisível (ou o sensível, ou o inteligível) etc. Toda representação implica sempre, de uma maneira ou de outra, uma dosagem entre semelhança e dessemelhança. E a história estética das máquinas de imagens, esse trançado de linhas gerais, é feita de sutis equilíbrios entre esses dados (Dubois, 2004: 54).

Català trabalha sob a ótica da comunicação – mas ao mesmo tempo liga-se diretamente aos processos artísticos. A arte participa da constituição das imagens complexas, que transitam e se constituem sob o influxo da arte e da subjetividade. É impossível, nos tempos atuais, separar comunicação e estética.

Orientação: narrativas e imagens

Na Faculdade Cásper Líbero, narrativa e imagem são eixos articuladores de reflexão e de trabalho pedagógico.

gico – aulas, pesquisa e orientação. Conservo ainda temáticas de gênero, que nunca deixei de tratar, principalmente enquanto atividade de orientação.

As dissertações orientadas por mim, em número de 16 (dezesseis) podem ser divididas em dois grupos, um com temas que envolvem narrativa e outro com temas de predominância imagética. No primeiro grupo, foram desenvolvidas pesquisas sobre jornalismo e meio ambiente na *Gazeta Mercantil* (Glaucia Crema Nogueira); relatórios da Unicef sobre mortalidade infantil (Dávius da Costa Ribeiro Sampaio); cobertura de educação na *Folha de S.Paulo* (Francisca Rodrigues Pereira) e segmentação em revistas (Mara Ferreira Rovida).

O segundo grupo, mais numeroso, reúne dissertações com foco em imagem: grafite e cidade (José Geraldo de Oliveira); o twitter rosa (Janaíra Dantas da Silva França); imagem da mulher em *Nova* e *Vogue* (Mayara Luma Assmar Fernandes Correia Maia); jornal *O Lampião* (José Augusto de Castro Heeren); Olimpíadas na China (Priscilla Picconi Tambucci); a representação da França no Brasil (Renato de Almeida Vieira); Pack shot em filmes publicitários (Tonio Gomes Tavares); a notícia e o cinema (Elaine de Souza); o figurino no filme *Volver* (Ana Paula Kwitko); revista *Cláudia* e cirurgia plástica (Celso Aparecido Agostinho Antônio); HQs e internet (Mário David Pinto de Melo); projeto gráfico *Folha de S.Paulo* e internet (Edmundo Mendes Benigno Neto).

As orientações em andamento também se relacionam com imagem, como o estudo sobre o site Big Picture (Anna Letícia Pereira de Carvalho), programas femininos de televisão (Felipe Ferrari Ferreira) e imagem de bolivianos no Brasil (Pedro Roberto Rodrigues). A maioria desses orientandos participou do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Visual.

Grupo de pesquisa, projetos e intercâmbios

Quando da entrada na pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, em 2006, as preocupações teóricas e metodológicas sobre a imagem, que já ocupavam grande parte de minha atividade científica, tornaram-se mais determinantes. Nesse sentido, propus no mesmo ano a formação de um grupo de pesquisa vinculado ao CNPq, em que a discussão sobre a imagem é central. O grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Visual, vinculado ao Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, vem sendo por mim coordenado e reúne uma série de pesquisas de professores e doutorandos de outras instituições, de mestrandos e alunos de iniciação científica da Cásper.

Os dois primeiros anos foram dedicados à estruturação do grupo, com reuniões de leitura e discussão de textos, e ao desenvolvimento de intercâmbios acadêmicos, em especial com o programa de comunicação e semiótica da PUC-SP, com os professores da área de audiovisual da ECA-USP, com professores do Programa de Pós-graduação em Mídias da Unicamp e com professores da Facultad de Ciencias de la Comunicación da Universidad Autónoma de Barcelona, tendo como principais interlocutores Teresa Velázquez e Josep M. Català. Aliás, por nosso intermédio, iniciaram-se tratativas para formalização de um convênio entre a Universidad Autònoma de Barcelona e a Faculdade Cásper Líbero. O convênio foi firmado em 2012, apesar de informalmente já ter gerado vários resultados.

O contato com o grupo de pesquisa de fotografia da Intercom, fundado e coordenado pelo Prof. Fernando de Tacca, da Unicamp, gerou uma primeira participação de Dulcília Buitoni com apresentação de trabalhos nos congressos da Intercom (2007 e 2008). Ao finalizar o mandato de Fernando de Tacca, fui escolhida como coordenadora

pelo grupo de pesquisa de fotografia, onde permaneci por dois mandatos, de janeiro de 2009 até o final de 2012. Nesse período, alunos do programa de mestrado da Cáspier Líbero e membros do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Visual participaram com trabalhos em todas as edições do congresso da Intercom.

Congressos internacionais da *International Association for Media and Communication Research (IAMCR)* também tiveram participação de membros do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Visual, na Journalism Research and Education Section (JRE). Em 2009, na Cidade do México, apresentaram trabalhos Dulcilia Buitoni e a orientanda Mara Rovida. Em 2010, em Braga, Portugal, um grupo de pesquisadores que reunia Fernando de Tacca, Dulcilia Buitoni e Cristine do Bem e Canto (professora da Universidade Anhembi Morumbi e membro do grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Visual) apresentaram relatos de pesquisa na seção Journalism Research and Education.

O grupo de pesquisa Comunicação e Cultura Visual organizou (2008, 2009) um projeto de pesquisa sobre a imagem de crianças e adolescentes, que resultou em participações no congresso da Intercom, em outros congressos e seminários. Em 2010, o grupo promoveu um seminário com a presença da Profa. Teresa Velázquez, da Universidad Autònoma de Barcelona. Posteriormente, foi assinado um memorando de cooperação entre o grupo e o Observatorio Mediterráneo de la Comunicación, coordenado por essa professora. Em 2011 e 2012, o grupo pesquisa Comunicação e Cultura Visual passou a elaborar um projeto de pesquisa sobre o tema Imagem e Cidade, que resultou numa apresentação de Dulcilia Buitoni no congresso da Intercom de 2011. Em novembro de 2011 e 2012, o Prof. Josep M. Català esteve participando de seminários e atividades de pesquisa com direcionamento para o tema Imagem e Cidade.

No âmbito desse grande tema, Dulcília Buitoni formulou o projeto PQ “Cidades em revista: imagens urbanas, imagens brasileiras”, que foi aprovado pelo CNPq, tendo início em 2012.

Narrativa, imagem, mulher, criança, formas de representação: os caminhos de pesquisa continuam, novos se abrem, com muitos caminhos a percorrer.

Referências

ARAUJO, Denize C. (Org.). *Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BACHELARD, Gaston. “A poética do espaço”. In: *Gaston Bachelard*. São Paulo: Abril Cultural, 1978, p.183-354. [Coleção Os Pensadores].

BARTHES, R. *La Torre Eiffel: textos sobre la imagen*. Barcelona: Paidós, 2001.

BUITONI, Dulcília Schroeder. *Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem*. São Paulo: Saraiva, 2011.

CATALÀ, Josep M. *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.

CATALÀ, Josep M. *La puesta en imágenes*. Barcelona: Paidós, 2001.

CATALÀ DOMENÈCH, Josep M. *La imagen interfaz: representación audiovisual y conocimiento en la era de la complejidad*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2010.

CATALÀ DOMENÈCH, Josep M. *A forma do real: introdução aos estudos visuais*. São Paulo: Summus, 2011.

CHAUI, Marilena. “Janela da alma, espelho do mundo”. In: NOVAES, Adauto (Org.). *O olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 31-63.

DUBOIS, Philippe. *Cinema, vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

LEÃO, Lucia. *Interlab: labirintos do pensamento contemporâneo*. São Paulo: Iluminuras, 2002.

LE MOS, André. “Ciber-cultura-remix”. In: ARAUJO, Denize C. (Org.). *Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 52-65.

- MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular: introdução à fotografia*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.
- MACHADO, Arlindo. *O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereses*. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.
- MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas: Papirus, 1997.
- MANOVICH, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós, 2006.
- NOVAES, Adauto (Org.). *O olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- SANTAELLA, Lucia. "Por uma epistemologia das imagens tecnológicas: seus modos de apresentar, indicar e representar a realidade". In: ARAUJO, Denize C. (Org.). *Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006, p. 52-65.
- SANTAELLA, Lucia e NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.
- XAVIER, Ismail. *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

Aprender e ensinar linguagens no universo da tecnologia

Antonio Roberto Chiachiri Filho

Para tratarmos do termo tecnologia, principalmente da comunicação, e o que ele pode representar, em primeiro lugar, não podemos nos furtar em entrarmos, mesmo sabendo que já nele estamos inseridos, no mundo das linguagens. A tecnologia digital vem, necessariamente, acompanhada e, por que não, constituída de novas linguagens. Falar, pois, em novas linguagens implica, antes de tudo, em tentar explicitar o que se pode entender por linguagem. Pode-se entender por linguagem todo e qualquer sistema que entrelaça signos permitindo, assim, uma comunicação entre os seres humanos. Signos não necessariamente verbais, mas também aqueles que constituem as linguagens sonoras, visuais, imagéticas, táteis e suas derivadas. Então, o que podemos definir por um signo? De uma maneira menos complexa e nos restringindo a um antropocentrismo, visto que aquilo que nos propomos a tratar aqui diz respeito predominantemente ao ser humano, tomamos emprestado de Charles Sanders Peirce (1839-1914), cientista e filósofo estadunidense, uma de suas, entre tantas, definições de signo:

Um signo, [...], é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez, um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado, denomino *interpretante* do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu *objeto*. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia... (Peirce, 1931-1958:2.228).

Pois bem, se o signo é tudo aquilo que tenta representar algo para alguém, a linguagem, entrelaçamento desses signos, tenta, então, comunicar alguma coisa para alguém. Logo, as linguagens estão presentes no mundo e nós, seres humanos, nelas estamos mergulhados. Quando nascemos elas já aí estavam, cabe-nos agora incrementá-las, ressignificá-las, fazê-las crescer, "... o que faz de nós seres simbólicos, seres de linguagem" (Santaella, 2003:59).
E ainda:

Ora, essas formas de linguagens e todas as outras que foram se acrescentando a elas no decorrer dos séculos, estão impregnadas de tempo. De fato, o tempo funciona como um denominador comum, um dos atributos que lhes dá unidade na diversidade. Todas as diferentes facetas da dimensão simbólica humana estão unidas pelo cordão invisível do tempo (Santaella, 2012:11).

Entretanto, nós, seres humanos, somos e seremos sempre capazes de, na procura incessante de novos conhecimentos, e isto é uma constante que não se pode negar, buscarmos formas de interação entre aquilo que já é de nossa experiência com os recursos que a natureza nos oferece. A esta interação dá-se o nome de tecnologia. A tecnologia acompanha o ser humano desde sua mais remota era. Constitui parte essencial de sua história. A tecnologia é a extensão que o humano cria para dele fazer parte e

aumentar sua capacidade emocional, prática e intelectual. Evidentemente muito questionável, polêmica e até mesmo por alguns combatida, não se pode negar que sem ela não se teria construído um mundo repleto de signos que tentam traduzir os costumes, as tradições, os modos de viver de uma sociedade, hoje mundializada, aumentando sua agilidade de informação, sua capacidade de comunicação tanto para as coisas que julgamos benéficas, quanto para àquelas que podemos julgar destrutivas. No entanto, não dá para dissociarmos a tecnologia da noção de tempo e de espaço que ela nos aporta. A tecnologia pode – e assim o faz – interferir no “encurtamento” do tempo e do espaço, em qualquer domínio de nossas vidas.

Vejamos o que diz Martha Gabriel, CEO da New Media Developers e escritora:

O fenômeno do colapso do tempo e espaço na propagação da informação propiciado pelas tecnologias digitais móveis está transformando o mundo em um mundo em tempo real. Por outro lado, o fato de que virtualmente cada pessoa na face da Terra passa a ser um polo de transmissão de notícias via redes sociais presenciais mobile está causando outro fenômeno muito importante – o aumento da densidade de informação no tempo presente. Enquanto no passado as possibilidades de se obter informação se limitavam a um número determinado de fontes e origens, hoje, em cada dado instante, o volume de informações geradas em tempo real por um número incontável de fontes e origens inunda o presente. Esse fenômeno é chamado por muitos de *Nowism* – a filosofia do “agora”, na qual o espaço de tempo de experiência chamado “agora” é fundamental e a vida acontece no “agora” (Gabriel, 2010: 90-91).

De fato, se pensarmos no nosso cotidiano, nos sentimos diante do “agora”, do “já”, mesmo sabendo que o que determina nosso presente é aquilo que projetamos no

futuro, ou seja, é o futuro que tende a traçar nosso caminho do agora. E talvez seja focado nisto que a tecnologia desponta a cada dia, sobretudo a tecnologia digital, numa pressa quase que irrefreável. Ainda insistindo aqui no tema do tempo, mesmo sem pedir desculpas ao leitor por talvez estar me tornando enfadonho, acredito ser este de extrema relevância na compreensão daquilo que iremos chamar de semiose, ou seja, na ação do signo. Voltemos à Santaella:

...o pensamento de C.S. Peirce destaca-se pela inseparabilidade com que trata o tempo e a linguagem, ou melhor, o tempo e os signos. Não apenas ele concebe o tempo como sinônimo de semiose, a ação dos signos, como também trata a semiose como coextensiva à noção de pensamento, mente, aprendizagem e continuidade (Santaella, 2012:11).

Se, então, a noção de pensamento, mente, aprendizagem e continuidade, como pode-se inferir da citação acima de Lucia Santaella, estão em contínuo movimento, ou seja, em contínua ação do signo, fica aqui evidente a relevância do tempo no processo da semiose. E emprestando as palavras de Vincent Colapietro, PhD do Department of Philosophy da The Pennsylvania State University, observamos o seguinte:

Semiosis and Temporality. But, given the theme of this gathering, it seems especially appropriate to underscore the relevance of time to the action of signs. In truth, nothing could be more evident. Semiosis is manifestly temporal, while time itself is always at least potentially significant – and significant in innumerable ways and in countless contexts. That is, semiosis is even in its most rudimentary form a temporal process, whereas time in at least its more complex configurations is a semiotic affair (Colapietro, 2012:16).

Se a semiose é a ação do signo, ou seja, o movimento constante e contínuo do signo, se o signo constitui as linguagens, se as linguagens digitais têm na sua origem a tecnologia, se a tecnologia é parte integrante da história do ser humano e que este a utiliza para se comunicar, pode-se entender que no cerne de tudo isso há uma ciência que, em comunhão com outras ciências afins, no contexto do tempo e de sua significação, se preocupa em estudar num grau mais profundo as inquietações e as traduções interpretativas: essa ciência é a semiótica. E é por isso que, tanto nas disciplinas por mim ministradas quanto nas pesquisas de que faço parte, a semiótica permeia constantemente nosso trabalho.

Estudar as linguagens contemporâneas, sobretudo as digitais, as novas mídias e suas multiplicidades, a percepção das mensagens pelo viés dessas mídias digitais, nos proporciona um mutável e inesgotável campo de pesquisa. A evolução tecnológica, sua interferência no campo da informação e da comunicação, na portabilidade e na fluidez das mensagens, na mudança dos modelos de negócios são também constantes preocupações de nosso campo de estudo no que tange nossas vidas mais práticas. O papel dessas linguagens na ressignificação do ambiente social torna-se imperativo nas discussões levantadas durante todo nosso processo educacional na academia. E é nesta senda que nos propomos, neste programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, participarmos ativamente em time constituído, em seu núcleo, de professores e alunos pesquisadores, trocando e levando nossas experiências às arenas de discussão, sem que pretendamos ser os donos da verdade, mas sim, num dissenso saudável, encontrarmos um conforto intelectual que possa gerar frutos e alargar nossas consciências, nossas mentes.

Neste contexto, além das atividades em sala de aula, que procuramos ver mais como uma discussão e troca de experiências, do que seguirmos os padrões tradicionais da forte hierarquia professor/aluno, procuramos gerar possibilidades variadas para nosso universo acadêmico. Participação em congressos da área, publicação de artigos, atividades extracurriculares, treinamentos pedagógicos e de pesquisa são algumas das propostas sugeridas e geralmente aceitas pelos pesquisadores. Somente no ano de 2012, tivemos a oportunidade de participar de quatro congressos internacionais, sendo um deles no Brasil e os outros três na Turquia, em Istambul, na Argentina, em Buenos Aires e na China, em Nanjing. No Brasil, participei como organizador do congresso internacional e do caderno do VI Advanced Seminar on Peirce's Philosophy and Semiotics e 15ª Jornada Peirceana, cujo tema foi "Tempo da filosofia e semiótica de Charles Sanders Peirce", evento de porte promovido pelo CIEP – Centro Internacional de Estudos Peirceanos – dirigido pela Profa. Dra. Lucia Santaella, e que teve como palestrantes Vincent Colapietro, dois professores estadunidenses vindos da Pennsylvania State University, um da IUPUI – Indianapolis University, André de Tienne, um palestrante de origem uruguaia, mas professor do departamento de comunicação da University of Ottawa, Canada, Fernando Andacht, e o diretor do Centro Nacional das Artes do México, Humberto Chaves-Mayol, além de mais de quinze pesquisadores brasileiros que apresentaram trabalhos com a mesma temática.

Os pesquisadores discentes do Mestrado da Cáspier Líbero foram convidados e tiveram a possibilidade de participarem como ouvintes. O outro congresso em que apresentamos trabalho, com outros pesquisadores docentes, contou com a participação de pesquisadores discentes do mestrado da Cáspier Líbero, Jeferson Carvalho e Mar-

celo Salgado, foi na cidade de Istambul, na TC Istanbul Kultur University, com o tema "International Congress on Visual Culture: New Approches in Communication, Arts and Design – 'Digitalization'". Neste congresso, foram apresentados cerca de duzentos trabalhos. Os participantes brasileiros fizeram uma releitura do congresso de Istambul na Faculdade Cásper Líbero, compartilhando assim, as experiências dos contatos que lá foram feitos e reapresentando no Brasil os artigos lá apresentados.

Em Buenos Aires, a Faculdade Cásper Líbero foi representada por dois pesquisadores docentes, a Profa. Roberta Iahn e eu. O congresso da International Association of Visual Semiotics teve como tema: Contemporary dilemas of visuality e contou com mais de trezentas apresentações.

Na China, na cidade de Nanjing, na School of Foreign Languages & Cultures – Nanjing Normal University, tivemos o privilégio de ter nossos trabalhos aceitos para representarmos nossa faculdade no The 11th World Congress of The International Association for Semiotics Studies cujo tema foi: "Global Semiotics Bridging Different Civilizations". Este congresso contou com mais de oitocentas apresentações de artigos, entre eles, além dos pesquisadores docentes Profa. Roberta Iahn e eu, de um pesquisador discente, mestrando da Faculdade Cásper Líbero, Rodrigo Antunes Morais.

Um outro evento, também bastante importante e já se tornando tradição na Faculdade Cásper Líbero, é o Interprogramas de Mestrado em Comunicação, que em 2012, na sua oitava edição, contou com a presença, em sua abertura, do Prof. Dr. Dragan Milinkovic, professor da Academy of Drama Arts in Cetinje, AFA and Art Academy de Belgrado, na Sérvia. Este professor foi indicado para a abertura do evento, pois foi um dos pesquisadores que mais se destacaram no congresso em Istambul e, estando

lá, tivemos a oportunidade de contatá-lo e convidá-lo para dividir conosco um pouco daquilo que circula no mundo internacional da pesquisa.

Todo esse relato não tem a intenção de ser um mero ato de vaidade acadêmica ou peça publicitária. A intenção aqui é tentar relatar como se dá e como vemos a busca para acalantar uma inquietação e uma curiosidade ávida do saber que é característica daqueles que têm e mostram amor pela ciência, pela educação e pela vida. De tentar mostrar, que não estamos nunca sós, que não “funcionamos sozinhos” e que o EU está prenhe dos signos do OUTRO. Essa é a nossa filosofia do ensinar, sempre aprendendo.

Referências

- GABRIEL, Martha. *Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. São Paulo: Novatec Editora Ltda, 2010.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Collected papers*. Volume 1-6, HARTSHORNE, C.; WEISS, P. (Eds.); V. 7-8, BURKS, A. (Ed.). Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1931-1958.
- SANTAELLA, Lucia. *Cultura das Mídias*. São Paulo: Experimento, 2003.
- SANTAELLA, Lucia e COLAPIETRO, Vincent. *Caderno do VI Advanced Seminar on Peirce's Philosophy and Semiotics e 15ª Jornada Peirceana: tempo na filosofia e semiótica de C.S. Peirce*. São Paulo: CIEP, 2012.

Ensinar a comunicação, estudar a comunicação

Luís Mauro Sá Martino

A explicação das áreas em que se atua, sob o risco de se reduzir a uma enumeração fria e objetiva de temas, autores e textos, pode ser compreendida também a partir de outros dois elementos que nem sempre povoam esse tipo de comentário. Trata-se, de início, de identificar duas das dimensões presentes no estudo de um determinado tema ou objeto específico. Sem dúvida essa divisão, logo de saída, pode parecer uma busca por forçar, dentro de uma pretensa lógica, elementos díspares e por vezes irreconciliáveis. No entanto, ao contrário, busca-se apenas, como seria dito em termos mais diretos, organizar as ideias de maneira que, se elas não fazem sentido, ao menos possam existir dentro dessa falta de sentido como produto de ações humanas que, por sua vez, inserem-se em uma trama de complexidades na qual a própria ideia de “sentido” relaciona-se como uma das tramas possíveis.

Não é, portanto, um exercício de subjetividade apenas, mas também de confronto com a própria subjetividade em uma tentativa de percepção dos artifícios do conhecimento por um sujeito cognoscente em constante diálogo com outros sujeitos, na troca de experiências e percepções

a muitas vozes – uma espécie de metaparâmetro a partir do qual os excessos da subjetividade podem entrar em diálogo com outros liames de percepção. A rigor, uma das perspectivas de uma estética da comunicação parte exatamente dessa intersubjetividade, da possibilidade de um encontro dialógico e reflexivo com alteridades, seja um colega, seja um autor.

A proposta de uma estética da comunicação, pensada em termos de um vínculo com o conhecimento, implica em certa medida na possibilidade de sublinhar o componente de uma *aesthesis*, enquanto algo além de uma percepção no sentido vulgar, mas certamente no sentido de uma percepção produtiva, instância reflexiva de compreensão do indivíduo e de sua subjetividade, mas no confronto/contraste com outras subjetividades dentro de um universo de sentidos construídos dialogicamente entre as diversas pessoas que constituem esse mundo. Os termos específicos, neste caso, se desconstroem no exame de sua própria produção – daí que uma *aesthesis* não existe sem uma *poiesis*, bem como não podem ser pensados senão no contexto do que Aristóteles indicava como parte das virtudes intelectuais – uma justaposição, entendida no terreno da ética e das relações humanas, como um espaço correlato justamente ao das virtudes éticas. O conhecimento, nesse sentido, não se furta a uma dimensão que pode transcender o próprio cognitivo e, portanto, acenar para a localização de espaços nos quais os termos de ação intelectual não se encerram em si mesmos. A proposta de uma dimensão afetiva do conhecimento não deixa, portanto, de trabalhar uma perspectiva que está indicada, ao que parece, na própria gênese do conhecimento – em um sentido amplo da palavra “conhecimento” que não se restringe certamente aos espaços do cognitivo mais direto, mas na possibilidade de uma vontade de saber que transcende a noção do cognoscível.

Não talvez por acaso, no início da *Metafísica*, Aristóteles indica que todos os seres humanos desejam naturalmente saber. A vontade não está dissociada do saber, bem como o saber não está fora das ideias da vontade – algo ao qual se retornará no texto.

Nem sempre essas duas dimensões convergem ou conversam no âmbito acadêmico. Ao contrário, em algumas circunstâncias é possível observar certa diminuição da importância de outras dimensões que não as específicas, responsáveis por formas de avaliação que privilegiam o caráter unidimensional – palavra de uso antigo – de uma formação. Assim, busca-se aqui pensar nas formas de relacionamento com o conhecimento que vão além do cognoscível na medida em que se interrelacionam com espaços institucionais nos quais, sob os imperativos de uma razão prática, devem se materializar em discursos, práticas e relações nas quais essa dimensão é revestida de outras.

De um lado, escolher atuar em uma área implica, em alguma medida, uma relação com o objeto que pode ir além do cognitivo e se derramar para a esfera do gosto pessoal. Essa dimensão, por sua vez, não deixa de ter um componente que nem sempre é dotado do espaço devido dentro da esfera das práticas acadêmicas, talvez por conta de não se situar exatamente dentro do universo cognitivo consagrado dentro dos parâmetros acadêmicos, mas por resvalar para espaços nos quais uma dimensão afetiva seria mais próxima da explicação. A relação com ideias, com autores e teorias implica, ao que parece, relacioná-las dentro de uma visão de mundo na qual o seu potencial explicativo se demonstra com relativa pertinência. E, dado que essa visão de mundo não é fruto apenas de uma decisão de caráter exclusivamente intelectual, mas também afetivo, prático e estético, as tramas do conhecimento devem de alguma maneira se inserir nessas linhas responsáveis pela

construção do sentido. Em alguns casos, poucos talvez, o exame da obra revela esse jogo de aproximação e distância que transcende o intelectual e resvala para o afetivo; em outros, ainda menos numerosos, essa relação é explicitada diretamente. Algumas dessas condições e especificidades são tratadas na primeira parte do texto.

Por outro, não se pode deixar de indicar que esse gosto se traduz em alguma solução de continuidade entre os diversos momentos de atuação, responsáveis pela constituição de uma genealogia pessoal das áreas e dos estudos. É possível se falar em “ter uma obra”? A resposta afirmativa poderia soar como um excesso de pretensão, na medida em que é talvez parte da natureza humana seu caráter de ensaio? Ou, por outro lado, uma resposta negativa implicaria necessariamente na ausência de um caráter de continuidade, ou mesmo de algum tipo de sequência lógica, no âmbito das diversas produções? A incompletude pode ser uma característica do humano, mas uma dimensão de relações lógicas também o é. Assim, na intersecção do que poderia soar pretensioso e da necessidade de se situar quem se é também no âmbito de uma trilha de produções, na medida em que elas não se desligam de uma trilha de afetos, de ações e dissoluções na relação com autores. Se, por um lado, o percurso nas diversas instâncias de busca pelo conhecimento – talvez, um dia, da sabedoria – tenha tanto rupturas quanto soluções de continuidade, espera-se que de alguma maneira exista ao menos uma justificativa, ainda que amparada estritamente na subjetividade, para encontrar essas relações. Será a segunda parte.

Este texto é uma abertura para o diálogo e um convite a acompanhar uma trajetória pontuada por dúvidas no passado que, por sua vez, deram origem a outras tantas dúvidas no presente que se desdobram em questões e indagações futuras. Não há, talvez, uma direção específica

– exceto se pensada como uma jornada exterior, na materialidade dos discursos, que do diálogo com o coletivo se reflete em uma perspectiva de ação interior – o que se chamaria, em um sentido amplo, de “conhecimento”. Algo a buscar.

O *philos* de uma *sophia*

A dimensão afetiva do conhecimento dificilmente é colocada em pauta. Raramente alguém inclui em uma conversa a pergunta “Qual sua teoria preferida?” no momento das indagações a respeito das áreas de estudo nas quais se atua. Ao contrário, parece haver uma certeza prévia de que o afeto e o conhecimento são partes diferentes da experiência humana, na medida em que este último se pauta – ou deveria se pautar – na perspectiva de uma observação objetiva, enquanto o primeiro se caracteriza exatamente pela vinculação subjetiva. E, no entanto, as relações entre afeto e conhecimento parecem estar na origem mesma das buscas intelectuais da humanidade.

É questionável, de saída, o uso da palavra “intelectuais” na frase anterior, exceto quando considerada a *entelechia* como uma das virtudes da mente humana relacionadas à compreensão do universo ao seu redor, que não deixa de ser, em um vasto sentido, como aponta a fenomenologia de Husserl, um conhecimento da própria consciência cognoscente e, portanto, um sentido de relação do indivíduo consigo mesmo e com os outros pela via do conhecimento. Assim, as buscas intelectuais, pensadas nesse sentido amplo de um intelecto que se relaciona também com a emoção e com o afeto, não deixam de ser igualmente fortes em seu ponto de vista emocional – como lembra Lúcia Santaella, há momentos de emoção diante da descoberta cognitiva equivalentes às emoções causadas por qualquer outro elemento de caráter prático.

Pitágoras, nesse sentido, foi o primeiro ao perceber essa ligação ao intitular-se um amigo do saber, um *philo* da *sophia*. Note-se, no entanto, que a tradução de *philo* por “amigo” talvez não inclua a carga semântica da palavra em si: um *philo* não é apenas alguém que tem amizade, mas indica uma profundidade considerável na relação. É uma relação afetiva próxima do amor, mais próxima do que a noção de “amigo” contemporânea. É curioso que Pitágoras não tenha escolhido o termo “sophologo”, um “estudante do saber”, nem simplesmente “sábio”, “sophos”, mas tenha sublinhado sua relação com o saber em termos afetivos, declarando-se um “philo”, um amigo de ligação profunda com o saber. O conhecimento, na visão pitagórica, parece se relacionar com algo em permanente construção rumo a níveis cada vez mais altos, que incluem não apenas o saber externo do mundo das coisas como também o conhecimento interno do que a fenomenologia eventualmente denominaria “objetos mentais”, em um trabalho reflexivo de ação.

Aristóteles, por sua vez, abre sua *Metafísica* garantindo que “todos os homens desejam naturalmente saber” e, para explicitar sua tese, exemplifica dizendo que prova disso está na alegria, ou satisfação, que os seres humanos têm ao observar as coisas. O filósofo grego indica, na aquisição do saber, não uma reação puramente cognitiva, mas um sentimento positivo – a alegria, satisfação, plenitude – que acompanha o ato de saber. O conhecimento é um ato da vontade – todos os seres humanos *querem* saber – relacionado com uma satisfação pessoal, a alegria de saber. Ainda no sentido aristotélico, a própria possibilidade de uma vida plena, no sentido de uma felicidade possível, implica também, entre outros fatores, o desenvolvimento do que denomina “virtudes intelectuais”, associadas às “virtudes éticas”, dependendo ambas de tipos diferentes, mas com traços comuns, de aprendizado. Se as virtudes

intelectuais se desenvolvem pelo aprendizado baseado na descoberta, na pesquisa e no ensino, as virtudes éticas se aprendem, como exercício da formação do caráter, pelo hábito – uma forma privilegiada de conhecimento da realidade no espaço da reflexão – ou, no caso, de uma atitude reflexiva não calculada.

Mudando completamente de referencial, esse vínculo entre o saber e a emoção encontra espaço igualmente no pensamento judaico-cristão. O *Livro do Eclesiastes*, em suas primeiras linhas, diz que “todo conhecimento vem de Deus”, mostrando um vínculo entre o saber e uma experiência que se alinha com o campo dos afetos e das emoções, a religião, e, portanto, destacando uma relação que nem sempre está clara nos dias atuais. O conhecimento, ao provir de uma divindade, parece imediatamente implicar em uma dimensão ética que acompanha a cognitiva.

Finalmente, girando uma vez mais o ponto de partida, Goethe faz o protagonista de *Fausto* proclamar, em seu primeiro monólogo, que, havendo passado por todas as ciências e todos os saberes, continua no mesmo lugar onde sempre esteve, o espaço da indagação e da busca – e sente-se triste com isso; o amargor de Fausto indica, desta vez em um polo negativo, uma relação afetiva com o saber; a ausência do conhecimento, do saber que se buscava, não tem como resultado apenas a ignorância, mas igualmente uma sensação de melancolia. Essa desilusão leva Fausto a tentar um último recurso à experiência estética, e o resto da história é conhecido.

Vincular-se a uma área de conhecimento não deixa de ter, portanto, um fundamento afetivo no “tomar gosto” por alguma coisa, dedicar-se e tentar descobrir um pouco mais a respeito de si mesmo no contato com o objeto. Se, como postulava Husserl, a consciência é intencional e meta-reflexiva no sentido de que todo conhecimento é em

alguma medida a dimensão da consciência cognoscente, e, ao mesmo tempo, elementos constitutivos de si mesmo, nos lembra Heidegger, talvez então seja possível observar como essa relação ganha forma em linhas de trabalho e de pesquisa e, a partir daí, estabelecer tentativamente uma genealogia dos interesses atuais.

A ilusão genealógica

O estabelecimento de genealogias em um campo do saber, ou mesmo dentro de um grupo de pesquisas, carrega em si o risco de se sugerir vínculos e conexões entre elas, em uma solução de continuidade que nem sempre pode ser estabelecida de fato. Ao mesmo tempo, dadas as interfaces e espaços de intersecção entre as áreas do saber – na medida em que, como recorda Jenkins, a realidade não está dividida em “História”, “Sociologia” ou “Comunicação”, mas é o olhar do pesquisador que afirma essas distinções – seria, de fato, arriscado mencionar o que se poderia chamar de “áreas de atuação” senão sob o risco de uma redução dos interesses a categorias previamente estabelecidas e sob o reconhecimento de que se trata de uma aproximação, eventualmente tentativa, de se estabelecer algumas relações entre áreas.

Como fator adicional, o estabelecimento de genealogias igualmente pode implicar naquilo que Bourdieu denomina “ilusão biográfica”, isto é, sugerir a existência de um projeto originário de estudos livre de quaisquer circunstâncias e obedecendo exclusivamente às demandas voluntárias de um sujeito pesquisador que, por sua vez, estaria com uma “visão de lugar algum” e, portanto, objetivamente apto a pontificar sobre os espaços de produção do saber como se não fizesse parte dele, sujeito a uma relação de proximidade com as demandas, prêmios e vicissitudes desses espaços. A ilusão biográfica, lembra Bourdieu, ma-

nifesta-se na perspectiva de uma expectativa vinculada a algum tipo de “projeto original” no sentido de se esperar uma predisposição intencional do que pode ser inato – no sentido capturado pela expressão “nasci para fazer isso” ou “desde pequeno manifestava vocação para aquilo”.

A definição de genealogias, à parte esse risco, serve por outro lado para que se possa lançar um olhar, ainda que não objetivo, pelo menos temperado pelo crivo do tempo e, portanto, de algum modo livre das predisposições existentes quando da formulação de projetos – o que significa, por outro lado, dizer que se está vinculado às perspectivas atuais, igualmente definidoras de um horizonte específico de ação e percepção.

Dessa maneira, fazer uma revisão, mesmo breve, de um itinerário de pesquisa significa explicitar, logo de saída, que se trata da exposição arbitrária dos elementos de um caminho trilhado, e que as ausências nesta enumeração talvez contem tanto quanto as presenças.

Os estudos sobre mídia e instituições sociais são um dos focos de pesquisa desde 1997, ainda nos últimos anos do curso de graduação. A escolha, naquele momento, recaiu sobre as instituições religiosas por conta das circunstâncias históricas – havia pouco tempo de um dos primeiros episódios de elaboração midiática do religioso, o caso protagonizado por um bispo da igreja Universal que chutou uma imagem católica – e, de modo mais prosaico, porque outras relações, como “mídia e política”, “mídia e sindicatos” ou “mídia e organizações” já serem objeto de estudos de colegas naquele espaço. Sobre esse foco, ainda com a perspectiva de uma “comunicação de massa” – a internet engatinhava no Brasil – foram elaborados o trabalho de conclusão de curso, o mestrado e, abrindo o foco do aspecto institucional, o doutorado, trabalhando em especial a herança teórica de Pierre Bourdieu, à qual foram

acrescentadas, paulatinamente, outras referências com as quais se articulavam os objetos. A produção resultou em um livro, *Mídia e poder simbólico* (2003), além de artigos e textos esparsos. Nesse mesmo sentido, um estudo sobre as condições de produção cultural na mídia, realizado com Clóvis de Barros Filho, resultou na publicação conjunta de *O habitus na comunicação* (2003), ampliando algumas discussões.

Essa preocupação a respeito dos limites institucionais do conhecimento a partir da comunicação e do poder retornaram no âmbito de estudos sobre religião desenvolvidos em 2008, durante uma temporada como pesquisador na Universidade de East Anglia, na Inglaterra, e em textos desenvolvidos em 2011 e 2012. Academicamente, essas preocupações ganharam novo fôlego a partir da elaboração do programa da disciplina “Comunicação e processos políticos nas organizações”. A preocupação aqui, derivada de uma intersecção buscada entre teoria da comunicação e ciências sociais, é delinear as articulações entre os fluxos comunicacionais e as relações de poder que se dão nos espaços institucionais delimitados pela existência de vínculos mais ou menos fortes, mas identificáveis, entre seus membros, bem como as relações de comunicação entre essas instituições e demais atores sociais.

Entende-se, nesse viés, que instituições sociais são espaços de produção de conhecimento a respeito do mundo objetivado em discursos vinculados de maneira crescente aos ambientes midiáticos. Compreendidas como espaços resultantes de processos midiáticos, as instituições humanas não são vistas, de uma perspectiva acadêmica, apenas como espaços de produção de bens ou de serviços, mas fundamentalmente como espaços de definição de visões de mundo, perspectivas em relação aos concorrentes dentro de um campo e, finalmente, espaços definidores de um

ethos produzido dentro de uma lógica concorrencial dentro de um sistema capitalista. Há, nas instituições, espaços para a compreensão das relações humanas em uma perspectiva política, mas entendida de uma maneira peculiar e constitutiva de outra área específica de atuação.

Essa segunda linha de buscas dirige-se, desde 2005, ao estudo das relações entre identidade, política e a cultura dos meios de comunicação. “Política”, neste caso, entendida em seu sentido mais amplo, e na tradição dos estudos culturais, na trilha de autores como John Fiske, John Street, Diane Negra & Yvonne Tasker e Gayatri Chakravorty Spivak, entre outros, como o espaço das disputas pela visibilidade de representações, bem como pela definição de significados, no espaço público. Por essa via, busca-se compreender algumas das relações entre comunicação e política não no sentido estrito da “Política” entendida como o espaço da ação de Estados, governos e partidos, mas a política como o tecido dos fluxos de poder nas ações cotidianas, das “políticas de identidade” que se articulam com, e em discursos da mídia, em particular dos processos midiáticos de articulação entre esses discursos e a estética da cultura dos meios de comunicação, sejam unidirecionais ou digitais. Estas buscas renderam três obras, *Comunicação: troca cultural* (2005), *Estética da comunicação* (2007) e *Comunicação e identidade* (2010), nas quais se procura antes compartilhar dúvidas do que oferecer respostas.

Nesta vertente, procura-se compreender como poderes e significados se constituem a partir da ação histórica de seres humanos, mas se espalham por diversos lugares, seja um desenho animado, um filme, uma *graphic novel* ou uma telenovela. Desse modo, os temas da política e da estética dão uma das tônicas dessa investigação – mas, note-se, “política” em um sentido amplo e “estética” como a estética da comunicação, em particular no âmbito da cha-

mada “cultura pop”. O espaço ampliado da política passa pelas esferas da estética, seja pensada como o espaço das obras de arte, produzidas dentro de um processo de apropriação e desenvolvimentos de discursos dentro de campos específicos, nos quais as regras de produção se articulam com condições específicas de consumo simbólico, seja na definição de fronteiras identitárias, seja na produção de formas discursivas específicas.

Finalmente, como uma espécie de busca pelos fundamentos e pelas possibilidades de reavaliação contínua das investigações realizadas, há uma dedicação, desde 2007, ao estudo da epistemologia da comunicação. Parte considerável da produção, seja na apresentação de textos em congressos ou publicação em revistas e mesmo um livro refere-se a essa busca, e o uso do termo indica o caráter sempre provisório desses trabalhos, pela definição das fronteiras epistemológicas da teoria da comunicação – se existirem. Este, talvez, seja o espaço no qual a perspectiva de um elemento afetivo do conhecimento esteja mais visível: o estudo da teoria da comunicação, neste sentido, articula-se não apenas com os problemas de uma investigação epistemológica no sentido mais estrito da palavra, mas também com elementos de uma sociologia do conhecimento na medida em que as perspectivas de uma teoria da comunicação se articulam com espaços institucionais nos quais sua materialidade ficará patente na forma, por exemplo, de livros, programas de ensino, atividades docentes e de pesquisa. Dessa maneira, a investigação epistemológica sobre teoria da comunicação não prescinde uma dimensão de observação das instâncias de produção do saber comunicacional e, portanto, das formas de investigação relativas às dinâmicas e condições do campo da comunicação. Esta linha rendeu até agora a publicação de um livro, *Teoria da comunicação* (2009) e a inserção em espaços acadêmicos de diálogo.

Seria arriscado mencionar essas áreas como “áreas de pesquisa” ou “áreas de atuação” na medida em que isso implicaria uma perspectiva de desvinculação entre o acadêmico e o subjetivo, composto pela intersecção dos afetos que, como mencionado, estão igualmente vinculados à construção do conhecimento. Assim, essas áreas podem ser entendidas como parte de um gosto muito pessoal e, sobretudo, de dúvidas que o estudo sistemático, mais do que diminuir, multiplicou.

Mas talvez seja exatamente esse o sentido de uma investigação acadêmica.

Em linhas gerais, se é possível trabalhar a ideia de áreas de interesse, essas seriam as mais proeminentes em termos acadêmicos. O trabalho cotidiano com o conhecimento, seja na forma de investigações pessoais ou coletivas, seja no diálogo com colegas ou na sala de aula parece servir, antes de tudo, para se fixar uma noção mais clara não do que se sabe, mas do quanta falta para saber. Daí a postura de uma amizade com o saber – algo que se busca, e que vem em auxílio para a construção de visões transformadoras de mundo.

Referências

- ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. São Paulo: Edipro, 2009.
- ARISTÓTELES. *Metafísica*. Porto Alegre: Globo, 1973.
- BOURDIEU, P. *Razões práticas*. Campinas: Papirus, 2003.
- FISKE, J. *Television culture*. Londres: Routledge, 1997.
- HEIDEGGER, M. *Seminários de Zollikon*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- HEIDEGGER, M. *Ensaio e conferências*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- HUSSERL, E. *A crise das ciências européias e a fenomenologia*. Rio de Janeiro: Forense, 2012.
- MARTINO, L. M. S. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- MARTINO, L. M. S. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.

- MARTINO, L. M. S. *Comunicação: troca cultural*. São Paulo: Paulus, 2005.
- MARTINO, L. M. S. *Estética da comunicação*. São Paulo: Vozes, 2007.
- MARTINO, L. M. S. *Teoria da comunicação*. São Paulo: Vozes, 2009.
- MARTINO, L. M. S. *Comunicação e identidade*. São Paulo: Paulus, 2010.
- NEGRA, D. & TASKER, Y. *Interrogating post-feminism*. Londres: Routledge, 2008.
- RUSS, J. *O pensamento pitagórico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- SANTAELLA, L. *Matrizes da linguagem e do pensamento*. São Paulo: Iluminuras, 2011.
- SANTOS, M. F. *Pitágoras e o tema do número*. São Paulo: Ibrasa, 1996.
- SPIVAK, G. C. *Outside in the teaching machine*. Londres: Routledge, 2006.
- STREET, J. *Mass media, politics and democracy*. Londres: Polity, 2001.

Autores

Antonio Roberto Chiachiri Filho – Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. Docente do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, onde lidera o grupo de pesquisa “Linguagens e Tecnologias Comunicacionais: Integração e Exclusão”. Professor convidado do CRICC, o Centro de Pesquisas Imagens, Cultura e Cognição da Universidade Paris 1. Membro do CIEP, Centro Internacional de Estudos Peirceanos da PUC/SP, e da IASS/AIS, a Associação Internacional de Semiótica. Autor de *O poder sugestivo da publicidade: uma análise semiótica* (Cengage Learning, 2011) e organizador, junto com Dulcília Buitoni, de *Comunicação, cultura de rede e jornalismo* (Almedina, 2012).

Cláudio Novaes Pinto Coelho – Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, onde lidera o grupo de pesquisa “Comunicação e Sociedade do Espetáculo”. Entre suas publicações destacam-se *Publicidade: é possível escapar?* (Paulus, 2004) e *Comunicação e sociedade do espetáculo* (Paulus, 2006 e 2013), da qual foi organizador junto com Valdir José de Castro.

Dimas A. Künsch – Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Docente e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comuni-

cação da Faculdade Cásper Líbero, onde lidera o grupo de pesquisa “Comunicação, Jornalismo e Epistemologia da Compreensão”. Entre suas publicações destacam-se, em parceria com Luís Mauro Sá Martino, a organização do livro *Comunicação, jornalismo e compreensão* (Plêiade, 2010) e, com outros três autores, a organização de *Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas* (Compós/Edufba, 2011).

Dulcília Helena Schroeder Buitoni – Livre-docente em Jornalismo pela ECA-USP, doutora em Teoria Literária pela FFLCH da Universidade de São Paulo. Pesquisadora com Bolsa Produtividade do CNPq, docente do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero e professora visitante na Universidade Autônoma de Barcelona (1993 e 2000). Lidera o grupo de pesquisa “Comunicação e Cultura Visual”, da Faculdade Cásper Líbero. Dentre suas publicações destacam-se *Mulher de papel* (Summus, 2009) e *Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem* (Saraiva, 2011).

Edilson Cazeloto – Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, onde lidera o grupo de pesquisa “Linguagens e Tecnologias Comunicacionais: Integração e Exclusão”. Membro-fundador do Cencib, o Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Cibercultura, e da ABCiber, a Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Autor, entre outros, de *Inclusão digital: uma visão crítica* (Editora Senac, 2008).

José Eugenio de O. Menezes – Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunica-

ção da Faculdade Cásper Líbero, onde lidera o grupo de pesquisa “Comunicação e Cultura do Ouvir”. Membro do CISC, o Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia (PUC/SP). Publicou, entre outros, *Rádio e cidade: vínculos sonoros* (Annablume, 2007) e, em parceria com Marcelo Cardoso, organizou o livro *Comunicação e cultura do ouvir* (Plêiade, 2012).

Luís Mauro Sá Martino – Doutor em Ciências Sociais pela PUC/SP. Pesquisador-bolsista da Universidade de East Anglia, no Reino Unido (2008/2009). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, onde lidera o grupo de pesquisa “Mídia, Instituições e Poder Simbólico”. Autor, entre outros, dos livros *Mídia e poder simbólico* (Paulus, 2003), *Estética da comunicação* (Vozes, 2007) e *Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos* (Vozes, 2009).

Simonetta Persichetti – Doutora em Psicologia Social pela PUC/SP. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, onde lidera, junto com Dulcília Buitoni, o grupo de pesquisa “Comunicação e Cultura Visual”. Professora convidada da Universidade Estadual de Londrina e da Universidade Positivo. Curadora de exposições fotográficas e publicações da área, crítica de fotojornalismo e colaboradora do Caderno 2 do jornal *O Estado de S. Paulo*. Em 1999 recebeu o Prêmio Jabuti de Reportagem pelo livro *Imagens da fotografia brasileira 1* (Estação Liberdade, 1998).

Série *Comunicação na Contemporaneidade*

O saber da ternura e a epistemologia da comunicação

Dimas A. Künsch

Para ler Vilém Flusser

José Eugenio de O. Menezes

Por um conceito de hegemonia na cibercultura

Edilson Cazeloto

Teoria crítica, ideologia e jornalismo na contemporaneidade

Cláudio Novaes Pinto Coelho

A ética como discurso estratégico no campo jornalístico

Luís Mauro Sá Martino

Hipóteses para a pesquisa do imaginário na cibercultura

Edilson Cazeloto

Fotografia e jornalismo: da prata ao pixel - discussões sobre o real

Dulcília Helena Schroeder Buitoni

O fotojornalismo na cultura da mídia e do entretenimento

Simonetta Persichetti

Comer com os olhos

Antonio Roberto Chiachiri Filho

Imagens da cidade contemporânea

Simonetta Persichetti

Pesquisando a comunicação na sociedade do espetáculo

Cláudio Novaes Pinto Coelho

Narrativas imagéticas: caminhos

Dulcília Helena Schroeder Buitoni

Aprender e ensinar linguagens no universo da tecnologia

Antonio Roberto Chiachiri Filho

Ensinar a comunicação, estudar a comunicação

Luís Mauro Sá Martino

