



ESPE



**ESPETÁCULO E
PODER SIMBÓLICO**

Cláudio Novaes Pinto Coelho
Luís Mauro Sá Martino
(Orgs.)

SÃO PAULO, 2013





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.

O texto aqui reproduzido é uma obra de autoria e responsabilidade de seus autores e não representa, necessariamente, a opinião da Editora.

Jundiaí, SP, novembro de 2013.

Editor responsável: **Márcio Martelli**

Projeto Gráfico: **Equipe In House**

Edição e revisão de texto: **Camilla Duarte do Vale, Karolina Bergamo, Tahnee Valzachi**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M385 Mídia, espetáculo e poder simbólico / Organizado por Cláudio Novaes Pinto Coelho e Luís Mauro Sá Martino. -- Jundiaí, SP : Editora In House, 2013.
276 p.

ISBN 978-85-7899-277-4

1. Mídia Social - Debates 2. Comunicação de Massa - Impactos
3. Comunicação de Massa - Influência 4. Poder (Ciências Sociais)
I. Coelho, Cláudio Novaes Pinto II. Martino, Luís Mauro Sá III. Título

CDD 20.ed.-302.23

Michele Bueno CRB-8/8355
Índices para catálogo sistemático:
1. Comunicação: Meios de Comunicação 302.23



Editora In House

www.editorainhouse.com.br | inhouse@terra.com.br

Curta nossa página no Facebook: Editora In House

Fones: (11) 4607-8747 / 99903-7599

Visite nossa loja virtual: inhoustore.com.br

SUMÁRIO

Apresentação

Luís Mauro Sá Martino e Cláudio Novaes Pinto Coelho ... 5

Prefácio

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

Simone Maria Rocha

Matheus Luiz Couto Alves 9

PRIMEIRA PARTE

Mídia, política e espetáculo 35

Comunicação e política na sociedade do espetáculo: o conceito de poder espetacular

Cláudio Novaes Pinto Coelho 37

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

Emerson Ike Coan 57

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

Jaime Carlos Patias 85

O caso Índio da Costa: vida e morte na sociedade do espetáculo

Deysi Cioccarì 107

São Paulo, cidade criativa e as eleições 2012	
Ethel Shiraishi Pereira	119
O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico sobre o problema da mobilidade	
Mara Ferreira Roviada	147
SEGUNDA PARTE	
Mídia, identidade e poder simbólico	169
Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros da série britânica Doctor Who	
Luís Mauro Sá Martino	
Ângela Cristina Salgueiro Marques	
Thaís de Auxílio	171
A constituição da mulher como sujeito político no filme “A Fonte das Mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível	
Mayra Bernardes	
Ângela Cristina Salgueiro Marques	195
O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade	
Luciano Martins Costa	221
Debate político e comunicação: uma análise do conceito de esfera pública na imprensa brasileira	
Rachel De Rosso Buzzoni	241
Três aspectos da Teoria da Comunicação de Vilém Flusser	
Artur Almeida	255
Biografia dos autores	271

APRESENTAÇÃO

A prática da pesquisa é o elemento essencial de um programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu*. O programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero atribui importância especial a essa prática, organizada em torno de grupos e de projetos de pesquisa. Este livro, *Mídia espetáculo e poder simbólico*, é fruto dessa valorização, da qual faz parte também o diálogo com pesquisas e pesquisadores de outros programas.

Os textos que compõem o livro possuem como origem os seminários Comunicação e Política na Sociedade do Espectáculo e Teorias da Comunicação: Articulações, Aplicações e Limites, organizados por grupos de pesquisa do Mestrado da Cásper. Os seminários são uma oportunidade para o debate entre pesquisadores envolvidos com temas de pesquisa comuns, e são decisivos para o aperfeiçoamento das pesquisas apresentadas. Publicar, na forma de livro, textos originários de seminários é contribuir para a divulgação de uma produção científica em estado de ebulição.

Com a análise do tema do espetáculo pretende-se refletir sobre um aspecto cada vez mais presente nos produtos midiáticos contemporâneos. Os textos que compõem a primeira parte do livro – “Mídia, política e espetáculo” – investigam

o espetáculo na comunicação política. Os dois primeiros capítulos abordam o conceito de poder espetacular. O texto de Cláudio Novaes Pinto Coelho faz uma apresentação dos conceitos de poder espetacular concentrado, difuso e integrado, presentes na obra de Guy Debord, situando-os em termos dos processos comunicacionais e da sociedade capitalista na contemporaneidade. Emerson Ike Coan trabalha sobre os mesmos conceitos dentro do contexto do processo político contemporâneo da sociedade brasileira.

Na sequência Jaime Carlos Patias faz uma reflexão sobre o Lulismo, provavelmente, o mais importante fenômeno da comunicação política brasileira na atualidade, analisando a sua dimensão mítica e a sua influência nas campanhas eleitorais. Por sua vez Deysi Ciocari analisa a ascensão e a queda de Índio da Costa, candidato a vice-presidente na eleição de 2010, enquanto um produto político midiático na sociedade do espetáculo. Os dois últimos textos da parte inicial do livro mantêm o foco nas campanhas eleitorais, mas agora se voltam para a campanha de 2012, quando ocorreram eleições municipais. Ethel Shiraishi Pereira investigou a presença do tema das cidades criativas nas campanhas dos candidatos à Prefeitura de São Paulo, tendo em vista o processo de mercantilização e espetacularização dos espaços urbanos. Levando em consideração o mesmo contexto, Mara Ferreira Rovida abordou o tema da mobilidade urbana nas campanhas e na cobertura jornalística das eleições em São Paulo.

O tema do poder simbólico, em suas várias modalidades, permeia inúmeras discussões no âmbito acadêmico, sobretudo quando pensado em suas relações com as práticas e os processos de Comunicação. Ancorado em uma perspectiva teórico-metodológica que busca observar os aspectos do poder menos evidentes à apreensão imediata, mas nem por isso menos eficientes em seus elementos de clivagem de diferentes domínios e práticas sociais, a perspectiva de se pensar a Co-

municação dentro dessa problemática implica observar, para além do senso comum e das práticas cotidianas, suas linhas de força e dimensões históricas constitutivas.

Em suas aplicações e implicações operacionais de pesquisa, sempre em âmbito auto-crítico, o conceito é trabalhado em várias modalidades, na segunda parte do livro, “Mídia, identidade e poder simbólico”.

O texto de Ângela Cristina Salgueiro Marques, Thaís de Auxílio e Luís Mauro Sá Martino – que abre a segunda parte, “Mídia, identidade e poder simbólico” – trabalha a lógica de produção e consumo da chamada “cultura dos fãs”, ou “fandom”, observando como a apropriação criativa de formas de mídia resulta em novos processos midiáticos de criação/transcriação do material, vinculados a estilos de vida e materialidades que ultrapassam a lógica do consumo em direção a uma disputa simbólica por reconhecimento entre os pares.

Mayra Bernardes e Ângela Marques trabalham o filme “A fonte das mulheres” para, à luz das considerações de Jacques Rancière, observar as diversas modalidades, intersecções e ramificações do poder na representação de uma comunidade com características específicas, que permitem refletir a respeito das problemáticas do próximo e do distante. Rachel de Rosso Buzzoni estuda outras formas de uma quase paradoxal materialidade do poder simbólico tal como codificado em discursos, oficiais e extra-oficiais, em circulação dentro de um espaço público marcado não apenas por interesses e perspectivas diversas, mas também pelas desigualdades de atores envolvidos no processo.

Em perspectiva diferente, mas ao redor do mesmo espaço de pensamento, Luciano Martins Costa estuda um aspecto particular das relações entre mídia e religião focalizando o espaço dado, em vídeos de algumas denominações religiosas postados no Youtube, à figura do demônio, à qual é atribuída uma série de prerrogativas de ação com resultados práticos na vida



MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

individual a serem eliminadas por determinadas ações simbólicas. Finalmente, Artur Renato de Brito Almeida trabalha a Comunicação dentro das aberturas, intersecções e diálogos propostos por Vilém Flusser para dimensionar o fenômeno comunicacional em suas múltiplas dimensões, como formação simbólica humana por excelência, a partir da qual é possível estabelecer derivações teórico-metodológicas diversas.

Dentre as aproximações e diferenças possíveis existentes entre os conceitos de espetáculo e de poder simbólico, pode-se destacar, como um dos eixos deste livro, a perspectiva de uma visada crítica sobre o real, pensado não como um “dado” ou “fato” desligado de qualquer perspectiva histórica – e, portanto, de mudança –, mas como o resultado de linhas de atuação que podem, e talvez devam ser vistas com olhos atentos – o olhar da teoria e da reflexão, tarefa por excelência dos grupos de pesquisa.

Luís Mauro Sá Martino
Cláudio Novaes Pinto Coelho



PREFÁCIO

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

Simone Maria Rocha
Matheus Luiz Couto Alves

Introdução

Para o dramaturgo Dias Gomes, que escrevia a primeira versão de “Saramandaia” em 1976, em plena ditadura militar, o absurdo fazia parte do cotidiano do brasileiro, de tal modo que não era possível entender este país sem levar em consideração essa conotação insólita. Inquietava ao autor a forma com que um contexto alastrado de dominação interna e uma consentida submissão externa era tratado de forma naturalizada e escamoteada em alguns produtos culturais, inclusive os da televisão. Em suas palavras “já disse que o Brasil é o país que desmoraliza o absurdo, porque o absurdo acontece. E não é possível entender e espelhar a nossa realidade dentro das regras do realismo puro” (Gomes, 2012, p. 98). Para ele, retratos desse Brasil marcado por um regime ditatorial opressor e violento tinham que vir à tona de modo a provocar nas pessoas

uma reflexão, um questionamento, uma perplexidade que fosse, sobre o que se passava em seu país.

Essa posição crítica conduziu o dramaturgo à escrita de seus textos sob um outro registro, aquele que adota procedimentos estilísticos e estéticos inovadores na linguagem da televisão do período pois, numa conjuntura marcada por um regime político fechado, relações políticas corruptas e inescrupulosas, restava à crítica recorrer à metáfora, ao insólito, ao humor e ao exagero, em outras palavras, ao gênero do realismo maravilhoso entendido enquanto uma matriz estético-cultural definida por dimensões de ordem etimológica, lexical, literária, poética e histórica que o legitima como identificador da cultura latino-americana.

Os aspectos inusitados tornaram-se constantes em muitas telenovelas, e não só nas de Dias Gomes. A inspiração do realismo maravilhoso e deste autor se fazem notar em outras produções ficcionais. Conquanto nossa análise pretenda, ainda que inicialmente, oferecer contribuições a uma poética televisual, nossa visão do dispositivo não prescinde do terreno cultural. Ao contrário, por acreditarmos que o poético é sempre atravessado por conotações sócio-culturais, nosso estudo inclui as matrizes culturais presentes numa determinada construção estilística.

De modo mais específico, a questão que norteia esse capítulo indaga sobre a figuração de uma política da diferença na versão de 2013 da telenovela “Saramandaia” tendo em vista que eventos da ordem do insólito e do estranhamento foram inseridos não para incomodar o espectador mas, sim, criar metáforas, gerar reflexão, e um entendimento mais amplo acerca da convivência entre as diferenças.

Metodologia: a proposta integrada dos *visual studies*

Para dar conta da questão proposta neste texto, pretendemos proceder a uma articulação entre a análise cultural e a

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

análise estilística tendo em conta o desafio crescente de se abordar produtos televisivos. Muitos autores apontam a dimensão audiovisual deste meio – que vem se apresentando de modo cada vez mais elaborado – como um elemento importante na configuração dos sentidos pretendidos pelo produto (Mittell, 2010; Butler, 2010; Mestman; Varela, 2013; Pucci Jr., 2013; Rocha, 2013; Rocha, A.; Oliveira, 2013).

Nossa proposta de análise segue as pistas deixadas por Mestman e Varela quando se referem aos *visual studies*: “se trata de um giro teórico correlativo de la creciente importancia adquirida por lo que algunos autores han llamado Cultura visual” (2013, p. 09-10), além de chamar a atenção para as distinções estéticas e culturais próprias de cada meio. Os estudos visuais congregam a história da arte, a teoria literária, os estudos culturais e acrescentaríamos, também, alguma contribuição da antropologia visual, no sentido de que uma investigação cultural que envolva a dimensão imagética de um produto simbólico pode nos dar a conhecer as matrizes culturais que inspiraram sua produção.

Como forma de operacionalizar a análise audiovisual contamos com a abordagem de Jeremy Butler (2010) realizada em *Television Style* que apresenta um entendimento de estilo como sendo qualquer padrão técnico de som-imagem que sirva a uma função dentro do texto televisivo. Essa definição tem uma dupla importância para os estudos do estilo em televisão: 1) rejeita concepções que o consideram como a marca da genialidade individual em um texto ou como um floreio decorativo de camadas acima da narrativa (embora alguns estilos sejam decorativos); 2) possibilita concluir que todos os textos televisivos contêm estilo. Para Butler, “estilo é a sua estrutura, a sua superfície, a rede que mantém juntos seus significantes e através do qual os seus significados são comunicados” (2010, p. 15. Tradução nossa). Butler inspira-se em David Bordwell, para quem estilo:

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

É a textura tangível de um filme, a superfície perceptual que nós encontramos enquanto vemos e ouvimos, e esta superfície é o nosso ponto de partida na movimentação da trama, do tema e do sentimento – tudo o que importa para nós” (2008, p. 32).

Os estudos sobre estilo televisivo chamam nossa atenção para o fato de que a percepção das características dos programas e das condições de sua criação ajuda-nos a avançar na compreensão de como eles funcionam.

Corpus de análise

O realismo maravilhoso conta com uma tradição de estudos consolidada no campo da literatura (Chiampi, 1973). Contudo, no que tange aos estudos televisivos, embora haja várias tentativas de abordar a questão no meio, notamos alguma imprecisão e um uso intercambiado entre este termo e realismo fantástico e realismo mágico. Não desconhecemos que muitas dessas análises guardam afinidades com nosso objetivo, mas nesse artigo, evitaremos essa troca de termos.

Para abordar a questão da política da diferença em “Saramandaia” 2013, analisaremos duas sequências: o voo de João Gibão e a explosão de Dona Redonda. Antes, porém, apresentaremos uma breve análise do voo de Gibão na versão de 1976 na intenção de evidenciar as características do realismo maravilhoso, bem como familiarizar o leitor quanto ao tipo de análise que será desenvolvida em relação aos objetivos deste capítulo.

O real maravilhoso americano

Entre os anos de 1940 e 1970, frente ao esgotamento da narrativa realista clássica, os autores (Carpentier, 2010; Márquez, 1979) seguiram sua própria trilha, por vezes chamada de realismo mágico, por vezes de realismo maravilho-

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

so,¹ para expor o choque cultural de uma América Latina encantada pela tecnologia vinda da Europa e dos Estados Unidos, bem como plural e diversa em virtude sua origem múltipla, repleta de crenças e de fatos históricos surpreendentes. Para Vera L. Follain de Figueiredo (2013, p. 17).

A vertente da ficção latino-americana que se convencionou chamar de ‘realismo maravilhoso’ consistiu em uma afirmação identitária da América Latina e, ao mesmo tempo, numa revisão crítica da modernidade ocidental.

O termo “maravilhoso” já tão consolidado na literatura foi adotado como predicado do real americano, por ser o que melhor expressa o fato cultural América Latina, com suas especificidades e características que a diferenciavam do mundo europeu. Foi Alejo Carpentier (2010) quem propôs o termo “real maravilhoso americano” ao observar tanto a dificuldade de nomeação da complexidade deste Continente, por parte dos exploradores, quanto por desejar expressar uma visão e uma posição crítica em relação à modernização seletiva e desigual que ocorria no Continente já que nesse contexto conviviam o moderno e o arcaico; a razão, a crença e a imaginação. Para o escritor a força da cultura da América Latina estava justamente na sua capacidade de negociar os contrários, de operar com sua não disjunção, de se identificar em meio a efetivas misturas, combinações e sincretismos. Chiampi esclarece que:

A constituição do real maravilhoso americano segundo Carpentier assim se constitui: a união de elementos díspares, procedentes de culturas heterogêneas, configu-

¹Sabemos das controvérsias que envolvem essas noções. Para Vargas Llosa o realismo mágico já não constitui o traço comum entre os escritores da

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

ra uma nova realidade histórica, que subverte os padrões convencionais da racionalidade ocidental. Essa expressão, associada amiúde ao realismo mágico pela crítica hispano-americana, foi cunhada pelo escritor cubano para designar, não as fantasias ou invenções do narrador, mas o conjunto de objetos e eventos reais que singularizaram a América no contexto ocidental (Chiampi, 1973, p. 32).

O Iluminismo e suas promessas de emancipação humana através do uso da razão não conseguiu evitar, por exemplo, duas guerras mundiais nem o horror do holocausto. Isso colocou em cheque a suposta superioridade europeia e abriu o caminho, trilhado pelos novos romancistas, para que a cultura latino-americana, que não compartilhava aquele modelo de racionalidade, pudesse se erigir sob outras bases, outras temporalidades e encontrar seu próprio valor, calcado na diferença e não na semelhança. Para Carpentier (1987, p. 79):

América Latina. “Há escritores realistas, fantásticos, urbanos, mas também há alguns na tradição da literatura rural. Talvez um dos poucos denominadores comuns seja a rejeição do realismo mágico”, emblema da literatura da região. A ideia irrita os escritores mais jovens algo que Vargas Llosa considera normal: “O parricídio simbólico é fundamental para que cada nova geração afirme a sua identidade”. O próprio conceito de realismo mágico sempre lhe pareceu, aliás, ‘vago’ e de um conteúdo ‘pouco sólido’, quando sob a sua capa se colocam escritores ‘tão diferentes’ quanto o são, entre outros, o argentino Jorge Luís Borges, o cubano Alejo Carpentier ou o colombiano Gabriel Garcia Marquez. (Acesso em: 11 de abril de 2013). Disponível em: <<http://www.publico.pt/cultura/noticia/mario-vargas-llosa-admite-que-a-literatura-se-torne-marginal-no-futuro-1459876>>. Não negamos as divergências e convergências em torno dessas questões. Preferimos adotar uma posição que compreende o realismo maravilhoso como um gesto literário e, de algum modo, político de escritores latino-americanos que romperam com a narrativa realista. Sendo assim, o realismo maravilhoso pode conter traços do mágico, do fantástico, do estranho, do sobrenatural e o vemos como uma tentativa de seguir uma nova trilha que assume certas especificidades.

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

Pela virgindade da paisagem, pela formação, pela ontologia, pela presença fáustica do índio e do negro, pela revelação que propiciou sua descoberta, pelas fecundas mestiçagens, a história da América Latina seria uma crônica do real maravilhoso.

Esse foi o cenário de meados do século XX que levou à mencionada rejeição à narrativa realista europeia, sobretudo no que tange à sua causalidade e continuidade linear. Na narrativa realista maravilhosa é marcante a multicausalidade, a transitoriedade de tempos, a auto-referencialidade, a disjunção dos contrários e o estranhamento que ocorre através dos neologismos que sustentam grande parte dos diálogos. Todas essas características assumem o propósito de contemplar a realidade *sui generis* da América Latina na qual convivem, em condições de igualdade o acontecimento histórico e o mito, a lenda e o milagre. E esses aspectos poderiam ganhar forma em eventos encantadores, estranhos, insólitos; em metáforas que revelavam uma riqueza imaginativa que muito inspirou a resistência tão característica e cara a esse povo diante dos fatos e acontecimentos muitas vezes absurdos.

Foi assim que tornando o insólito compreensível e possível, através da construção de metáforas, que o realismo maravilhoso se tornou presente em nossa paisagem televisiva valendo-se de inúmeras possibilidades para resistir cultural e simbolicamente às limitações impostas ao Continente pelas mais diversas circunstâncias. Em que medida as figurações do realismo maravilhoso dão conta da diversidade cultural de uma América mestiça?

“Saramandaia” 1976: a figuração da liberdade

Em 1976, Dias Gomes escreve a primeira versão de “Saramandaia”. A história se passa na cidade fictícia de Bole-Bole e gira em torno da disputa pela mudança de seu nome para “Saramandaia”. Envolvidos nessa questão disputam, por um lado, um coronel que solta formiga pelo nariz toda vez que se sentia irritado, uma mulher que explode de tanto comer, um lobisomem que há anos não dorme, um homem que coloca o coração pela boca e, por outro, um jovem rapaz que tinha visões do futuro e escondia sob um colete de gibão um enorme par de asas e uma jovem virgem que era mal vista porque se incendiava quando se excitava.

Essas escolhas por personagens tão estranhas não foi feita de forma aleatória. Gomes admitiu que essa novela “tinha o duplo propósito de driblar a censura e experimentar uma linguagem nova na TV – o realismo absurdo” (Gomes apud Saliba, 2013, p. 40). Essa breve menção aos personagens com características insólitas, aliadas à declaração de Gomes, nos permite vincular as escolhas desse autor aos princípios da narrativa do realismo maravilhoso na qual os objetos, seres ou eventos gozam de uma probabilidade e de uma causalidade internas à diegese do texto. Todas elas são de tal maneira estranhas aos padrões vigentes que consideramos pertinente associá-las a esse realismo predicado de maravilhoso.

Tomemos como exemplo a personagem João Gibão. Por possuir um par de asas e ser dotado do poder de prever acontecimentos futuros, ele se vê obrigado a esconder sua natureza, inclusive do espectador, por medo de enfrentar a não aceitação dos outros. Autor do projeto de mudança do nome da cidade, João lidera o movimento dos “mudancistas” que, na verdade, aspira por transformações políticas mais amplas. Durante toda a telenovela ele se preocupa em aparar suas asas e ocultá-las sob um colete de gibão – acessório que dá origem a seu apelido. Ao final da trama ele revela, enfim, do que era feita sua corcunda e realiza um voo sobre a cidade.

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

O voo é a última cena² da novela. Após descobrirem suas asas, João é perseguido e encurralado pelo coronel Zico Rosado e seus capangas. Diante da iminência da morte a personagem não exita, abre suas asas e voa. A cena começa com um *close* do rosto amedrontado de Gibão que olha em volta, solta a arma da mão e, no momento em que a câmera faz um movimento de *zoom out*, prepara-se para o voo: abre as asas e estica os braços. Sob olhares espantados dos seus perseguidores, João inicia sua aventura. O que se segue são planos mais fechados de Gibão, realizando seu voo, alternados tanto com planos mais abertos dos capangas de Zico Rosado disparando tiros na direção da personagem quanto com tomadas de “Saramandaia” e seus moradores a admirarem João que agora está livre para voar. Essa alternância restrita de planos abertos e fechados nos diz de uma impossibilidade técnica para operar em uma dimensão visual mais elaborada. Além desses recursos, a adoção de planos subjetivos buscavam expressar o ponto de vista da personagem.

A articulação da trilha sonora – *pavão misterioso*, de Ednardo – e da alternância de planos mostram que a montagem se revelou um recurso estilístico fundamental na construção dessa sequências. Os *closes* da expressão de plenitude de Gibão (Figura 1) e os planos abertos da euforia da cidade (Figura 2) nos conduzem a uma interpretação desse voo como sendo uma metáfora de liberdade. Apenas a partir dessa articulação, somada aos diálogos enunciados durante o feito, é que nos foi possível engendrar os sentidos mencionados.

É próprio do realismo maravilhoso evitar a contradição entre os elementos naturais e sobrenaturais. Nele, não faz sentido separar as esferas do real e do irreal. Seu valor não é

²Cena disponível em: <<http://globo.com/rede-globo/memoria-globo/v/saramandaia-1a-versao-voo-de-joao-gibao/2472998/>>. Acesso em: 11 de abril de 2013.



Figura 1: a plenitude do voo de João Gibão

Figura 2: a euforia da cidade de Saramandaia

referencial mas sim metafórico, pois ele oferece uma outra forma de cognição que se realiza muito mais pelo questionamento, pela indagação e pelo efeito de encantamento. O realismo maravilhoso encanta o espectador pelo fato de que ele não rivaliza o insólito e o real. Porque maravilhoso, nas palavras de Chiampi (1973, p. 48)

É o extraordinário, o insólito, o que escapa o curso ordinário das coisas e do humano(...) O maravilhoso recobre uma diferença não qualitativa, mas quantitativa com o humano; é um grau exagerado ou inabitual do humano, uma dimensão de beleza, de força ou riqueza, em suma de perfeição que pode ser mirada pelos homens. Assim, o maravilhoso preserva algo do humano em sua essência. A extraordinariedade se constitui da frequência ou densidade com que os fatos ou os objetos exorbitam as leis físicas e as normas humanas.

Para Chiampi (1973) os modos de manifestação do realismo maravilhoso se realizam através de duas ações. Ele altera e amplia, ou seja, modifica o objeto real, bem como revela, ilumina e percebe através de uma operação mimética da realidade. João Gibão tinha asas, e isso pode ser visto como uma

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

modificação do objeto real, já que homens não têm asas. O que esse componente desejava revelar ou fazer perceber era o desejo do homem de libertar-se das amarras de um governo opressor e violento como o era a ditadura militar no Brasil.

Além disso, ao operar com a não disjunção dos contraditórios – o real e o irreal; o natural e o sobrenatural – a narrativa realista maravilhosa contribuiu para que o autor pudesse trabalhar o modo pelo qual em nossa realidade nacional convivem o moderno e o arcaico – uma das expressões tão características da mestiçagem que nos constitui. O ideologema³ da mestiçagem é caracterizado pela não disjunção dos componentes culturais da América Latina – enquanto recorte da combinatória etno-social gerada pelo sistema de colonização e, em especial, enquanto modo de assimilação de modelos contraditórios. Assim como o Caribe de Alejo Carpetier (1949) ou a Macondo de Gabriel Garcia Márquez (1963), no que pesem as particularizações regionais ou as do tempo representado, em “Saramandaia” ultrapassam-se os seus limites geográficos e históricos para que os elementos trabalhados na narrativa soem como síntese significativa da totalidade de um universo cultural brasileiro. Se Macondo é a aldeia cuja história condensa as transformações básicas das sociedades latino-americanas; “Saramandaia” é o microcosmo de um Brasil (e de uma América Latina) aviltado pela ditadura militar, estruturado sob desigualdades profundas, e marcado pela contradição em diversos níveis e convivendo com todas elas.

Sobre João Gibão, Dias Gomes (2013, p. 46) afirma que

³A partir das elaborações de Altamirano Carlos, Beatriz Sarlo e Mikhail Bakhtin entendemos ideologema como “a representação, na ideologia, de um sujeito, de uma prática, de uma experiência, de um sentimento social. O ideologema articula os conteúdos da consciência social, possibilitando sua circulação, sua comunicação e sua manifestação discursiva, por exemplo, nas obras literárias. Sendo parte da realidade social e, como representação, elemento do horizonte ideológico, o ideologema é um significativo, uma forma das ideologias sociais” (Cf. Carlos, A.; Sarlo, B. *Literatura/sociedad*. Buenos Aires: Libreria Edicial, 1983, p. 35).

“sua determinação de deixar crescer as asas e voar era uma clara alegoria a nosso anseio de liberdade”. No Brasil da década de 1970 muitas foram as iniciativas que lutavam para livrar o país de um governo despótico e opressor. Para Gomes era necessário tratar das nossas mazelas a partir de uma narrativa que inserisse uma ruptura na ordem aparentemente “normal” da época. Sua novela implicou num gesto político: identificar o Brasil como parte de uma América Latina então marcada por regimes ditatoriais, por um contexto ameaçado pela violência e repressão e por uma modernização seletiva e marcada pela contradição. A luta pela liberdade de expressão e pelo livre exercício da política fazia-se urgente. Assim sendo, “Saramandaia”, mesmo imaginária, estava inserida nesta territorialidade e nesta temporalidade precisas.

“Saramandaia” foi uma marco na TV brasileira. Ao adotar o realismo maravilhoso como um gênero a partir do qual se configuraram as estratégias de comunicabilidade do produto (Martín-barbero, 2001), surpreendendo em vários momentos, a telenovela se mostrou rica de sentidos e conquistou público e crítica.

Em 2013, a TV Globo investiu numa versão do folhetim para ser exibida em sua nova faixa horária, a da “novela das onze”. Escrita por Ricardo Linhares, a “Saramandaia” de 2013 apresenta as mesmas e novas alegorias. Mas seu sentido se reveste de novas possibilidades frente ao contexto contemporâneo de sua produção.

Nosso interesse a partir de agora volta-se para evidenciar e compreender em que medida o realismo maravilhoso de “Saramandaia” de 2013 figurou novas questões políticas inerentes ao cenário contemporâneo no qual emergem demandas por reconhecimento da pluralidade da vida social, da multiplicidade de grupos, em outras palavras, a convivência da diferença.

“Saramandaia” 2013: a figuração da diferença

Em “Saramandaia” 2013 as questões que motivaram as tramas principais, bem como as personagens permanecem. O que há de novo é a inclusão de novas figuras que contêm alguma característica que gera estranhamento. Um fazendeiro que, ao manter-se recluso e sentado durante todo o tempo em uma poltrona na sala de sua casa, cria raízes que se espalham pelo chão. Uma velha senhora de quase 90 anos que conversa com galinhas imaginárias que a acompanham por toda parte e que só são vistas por ela e pelo espectador. Acerca dessa nova versão o autor esclarece que “se Dias Gomes usou a novela, na sua época, como metáfora da ditadura militar, eu a transformei na metáfora da ditadura da intolerância, na qual continuamos vivendo, e talvez ainda continuemos por muito tempo” (Linhares, 2013, p. 60).

Não é objetivo deste texto realizar uma profunda reflexão teórica sobre o tema da tolerância à diferença, do multiculturalismo, nem mesmo da diversidade. Em linhas gerais, as ideias sobre multiculturalismo estão ligadas aos estudos de filosofia política desenvolvidos pelo canadense Charles Taylor (1994) com o intuito de propor uma renovada teoria da justiça. Segundo este autor, uma política multicultural visa motivar o reconhecimento mútuo e, para tanto, envolve, um misto de políticas universais e políticas da diferença. As pessoas que almejam sua auto-realização lutam tanto por sua dignidade quanto para que suas particularidades sejam reconhecidas. Diferença, portanto, nos remete aos conceitos de pluralidade, multiplicidade e heterogeneidade e nos sugere que o encontro e a convivência respeitosa entre as diferenças são fundamentais para o exercício da tolerância mútua.

Nossa proposta é tentar evidenciar, através das escolhas estilísticas baseadas no gênero do realismo maravilhoso, como esse tema abrangente foi figurado em várias sequências da telenovela. Quais são os símbolos, imagens ou palavras, que in-

vocam um determinado sentido de diferença em “Saramandaia”? Quais seriam os recursos estilísticos adotados para expressar essa temática no interior da narrativa?

De todo modo, é importante ressaltar que os estudiosos da mídia (Mittell, 2010; Hall, 1997; Maia e Garcêz, 2013) apresentam uma significativa preocupação nesse sentido. Por um lado, eles apontam que, embora as representações da diferença possam causar algum constrangimento ou desconforto por parte das minorias, elas se tornam, por outro, um recurso importante que auxilia as pessoas a conhecerem e refletirem sobre os outros fora de seu contexto, e assim, construir novas formas de percepção das diferenças bem como alimentar novas perspectivas culturais.

Esse é o caso da personagem de nossa primeira sequência de análise que retoma o voo de João Gibão. A personagem tem uma namorada, Marcina, mas sempre escondeu dela sua condição diferente, apesar da insistência da moça em ver a corcunda do namorado. Isso, inclusive, impedia que João e Marcina fizessem sexo, pois ele sentia vergonha de suas asas. Após um término do namoro, Marcina apresenta sinais de enfermidade. Diante da situação da amada, Gibão decide revelar sua condição na esperança de ser aceito e, assim, reatarm o namoro. O diálogo acontece num cenário – criado por efeitos visuais – composto por um bosque de aparência bucólica, esfumada, árvores sombreadas e de folhas vermelhas que, ao caírem, cobriam completamente o solo. Na cena⁴ há um jogo de luz que cria um contraste entre claro e escuro e João se posiciona do lado mais sombrio do quadro. A personagem abre suas asas – cena também criada por efeitos visuais – e encanta sua namorada que emocionada abraça seu amado (Figura 3). Após o momento de revelação, João e Marcina têm a sua pri-

⁴Disponível em: <<http://globo.com/rede-globo/saramandaia/v/gibao-e-marcina-tem-sua-primeira-noite-de-amor/2793656/>>. Acesso em: 11 dez. 2013.

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

meira noite de amor. Na narrativa realista maravilhosa as personagens, assim como Marcina, não se espantam, e sim, se encantam. Nessa ficção, tudo é possível; o insólito não assusta, amedronta ou apavora, nem mesmo o leitor. Nas palavras de Figueiredo (2013, p. 19),

Ao contrário do que ocorre na literatura fantástica, que mantém a dicotomia entre as instância natural e sobrenatural bem acentuada, o leitor, no realismo maravilhoso, não se sente impelido a decifrar os fatos insólitos: aceita-os como elementos integrados no universo ficcional.



Figura 3: João Gibão abre suas asas e encanta Marcina

A atitude de João de esconder a todo custo sua “diferencie” demonstra que a intolerância ainda está presente em nossa sociedade em relação àquele que foge dos seus padrões. Por isso torna-se interessante ressaltar a importância da atitude de Marcina tanto para o futuro da relação quanto para a felicidade de seu namorado. Ao ser aceito, João deixa de ser “outro”, ou seja, aquele que foge dos padrões e que “está de alguma forma diferente significativamente da maioria

– “eles” em vez de “nós” (Hall, 1997 p. 229).

Numa sequência posterior, motivado pela aceitação de Marcina, após deixá-la em casa, Gibão corre feliz pelas ruas da cidade em direção ao mesmo bosque em que se encontravam antes. De lá ele salta do alto de uma pedra e realiza seu primeiro vôo. Essa cena⁵ começa com um plano geral no qual estão enquadradas a pedra, a lua cheia, as nuvens no céu e João, no instante do salto. Ao som da mesma *Pavão Mysteriozo* Gibão sobrevoa “Saramandaia” com a mesma expressão de plenitude (Figura 4). Em virtude das possibilidades trazidas pelos novos recursos técnicos, foi possível construir essa sequência baseada predominantemente em planos gerais que, ao mostrarem a agilidade do voo em tela, valorizam os movimentos do personagem pelo céu da cidade (Figura 5).



Figura 4: João Gibão sobrevoa Saramandaia

Figura 5: Movimentos de João pelo céu

A aceitação de Marcina foi uma condição de possibilidade do voo de João. Em termos de uma política da diferença, o reconhecimento pelo outro é parte fundamental da garantia da plena realização das capacidades e da auto-relação íntegra de um sujeito, pois as identidades são construídas intersubjetivamente (Honneth, 2001). Somente num ambiente em que

⁵Disponível em: <<http://globo.com/rede-globo/saramandaia/v/gibao-voa-feliz-e-tem-uma-visao-assustadora-com-a-sua-morte/2793660/>>. Acesso em: 11 dez. 2013.

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

as diferenças são respeitadas e mutuamente aceitas é que o indivíduo pode ser desenvolver completamente. Nesse sentido, Charles Taylor (1997) concebe a democracia como a única via para que o reconhecimento recíproco seja efetivamente alcançado oferecendo aos sujeitos condições para que consigam lidar com os dilemas entre igualdade e diferença.

Por outro lado, muitos estudos sobre gênero, sexualidade e raça/etnia têm-se dedicado a analisar a forma como os meios de comunicação homogenizam, ridicularizam e marginalizam pessoas e grupos minoritários. Uma das noções que elucidam essas abordagens é a de estereótipo. Stuart Hall a concebe como o gesto de reduzir pessoas e grupos a algumas características fixas e simplistas. Já Maria Aparecida Baccega (1998, p. 08) “no estereótipo encontramos a predominância dos aspectos valorativos, dos juízos de valor, com suas bases emocionais”. O que resulta da fixação de estereótipos é o preconceito. Para Baccega

Focar a questão do estereótipo permite tratar dessa temática [preconceito] de modo abrangente pois, através de sua conceituação, poderemos mostrar que a carga negativa de preconceitos e pré-juízos que ele em geral carrega, condicionando comportamentos de repúdio ao outro (1998, p. 7).

A segunda sequência de análise escolhida, que trata do episódio da explosão de Dona Redonda, evidencia esse aspecto. A personagem é uma mulher com obesidade mórbida que come exageradamente sem se preocupar com sua saúde ou aparência física. É resmungona e fofoqueira e toda vez que anda pela cidade faz o chão tremer. É uma mulher conservadora e integra a Liga das Senhoras Decentes de Bole-Bole. Ela sempre foi alertada por Gibão sobre sua explosão. Em certa altura da trama, esse boato se espalha pela cidade e todos co-

meçam a ficar amedrontados com a iminência da explosão. Portas e paredes de sua casa são pichadas com dizeres ofensivos. Inconformada com o fracasso de sua festa de “Bodas de Pratismo” com seu marido Encolheu, pois os convidados “descomparecem”, com medo dela explodir, Dona Redonda resolve devorar todo o banquete preparado para a celebração. Prestes a estourar, a personagem vivencia o preconceito com o qual sempre tratou os outros, pois sofre *bullying* por parte das crianças e isolamento por parte dos amigos. Ricardo Linhares comenta: “Eu aproveitei para abordar um tema contemporâneo, o *bullying*. Redonda sofre na pele a discriminação que impunha aos outros”.⁶

A sequência se inicia com Redonda, furiosa pelo acontecido, sentada no sofá de sua casa com seu marido. Ela promete descobrir uma “podridão, mas uma podridão bem podre” sobre João Gibão para se vingar dele. Chamam nossa atenção a direção de arte sobretudo em dois aspectos: o cenário e a composição visual da personagem. A sala está repleta de balões de diversas cores, embrulhos coloridos de presente, luzes coloridas piscando, enfeites, ou seja, uma profusão de elementos em várias cores e tons bem fortes, o que poderia ser compreendido como metáfora do mundo diverso e múltiplo em volta dessa mulher que, de tão conservadora e preconceituosa, não consegue percebê-lo (Figura 6). Ao invés disso, ela prefere enxergar a diferença como “anormalidade” do outro para, assim, excluí-lo e humilhá-lo. Encolheu vai dormir e deixa a mulher sozinha e desolada. Uma elipse de tempo é inserida e o dia amanhece. Redonda é encontrada na mesa após o incrível feito de ter comido tudo que havia sido preparado. Sua aparência é surpreendente, pois ela está muito mais inflada do que na noite anterior, reforçando a iminência da explosão (Figura 6).

⁶Disponível em: < <http://gshow.globo.com/novelas/saramandaia/Fique-por-dentro/noticia/2013/09/vera-holtz-vai-voltar-como-irma-de-redonda-apaixonada-por-encolheu-adianta-autor.html>>. Acesso em: 11 dez. 2013.

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

Seu marido se espanta e tenta arranjar uma forma de a mulher “desestufar”. A personagem se levanta e vai até a janela de onde, com um binóculo na mão, espia o quarto de João Gibão e descobre que ele tem asas. Exultante, ela enfim conclui que poderá se vingar de João, pois pretende apontá-lo publicamente como “aberração” reduzindo-o a uma única característica natural. Foram manifestações de desvalorização social como essa, na qual certos sujeitos são desrespeitados por seus atributos e modos de vida, que fizeram com que João sentisse dificuldade de se auto-realizar como sujeito.



Figura 6: a sala colorida e a aparência

Redonda sai descontrolada pelas ruas gritando impropérios contra João. Ao encontrá-lo, ela continua com suas ofensas e, no instante em que está disposta a revelar o segredo, seu corpo dá sinais de que algo está errado. Ela exita e, em seguida, acusa João pelo que está lhe acontecendo. Todo o seu corpo começa a se inflar como se fosse um balão; seus sapatos arrebentam, seus anéis estouram. Em virtude dos efeitos visuais, podemos acompanhar tanto a perplexidade das outras personagens quanto a deformação do rosto de Dona Redonda (Figura 7) até o momento final da explosão. Todos se afastam

e ela finalmente estoura formando um enorme cogumelo multicolorido de fumaça pelos ares (Figura 8). Na sequência, restos mortais da personagem são encontrados pelas demais e um rastro de destruição assola “Saramandaia” deixando casas, personagens e tudo o mais envolvidos por uma poeira também multicolorida resultante da explosão. Por fim, uma grande cratera vai aos poucos sendo revelada concedendo-nos a dimensão do estrago causado pelo acontecido (Figura 9). Novamente esse acontecimento, que extrapola as leis físicas e as normas humanas, próprio do realismo maravilhoso, não provoca nem medo nem pavor por sua dimensão insólita ou extraordinária. Após o fato, todos se encontram pesarosos e entristecidos pela morte da personagem. Mas não houve nenhuma reação assustada diante do evento em si. Redonda explodiu porque comeu demais. Essa foi a causa.



Figura 7: deformação do rosto de Dona Redonda

Figura 8: Cogumelo multicolorido de fumaça

Para Linhares (2013), Dona Redonda é o preconceito encarnado porque ela é muito cruel e intolerante com as pessoas e incapaz de se olhar criticamente. Ela costumava apontar para os outros na rua, impingir-lhes apelidos constrangedores e chamar a atenção para suas esquisitices. Ou seja, a crueldade da personagem era sempre “uma visão muitas vezes distorcida do outro, que era apenas o diferente” (Baccega, 1998, p. 10). Em entrevista, o autor de “Saramandaia” afirma que “ela vai explodir não só porque passa a devorar todas as comidas que vê pela frente, mas também porque é maldosista” (2013, p. 60).

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”



Figura 9: Cratera formada após a explosão de Dona Redonda

Dessa forma, interpretamos que o preconceito e o ódio encarnados em Dona Redonda explodiram junto com o corpo da personagem, extinguindo-os e permitindo que toda a diversidade, antes reprimida por ela, pudesse vir à tona espalhando-se por toda “Saramandaia”. Diversidade novamente representada através das cores e dos vestígios como a fumaça e a poeira coloridas, geradas pela explosão, que deixaram marcas de diversos tons tanto no céu quanto nas ruas, edifícios e, principalmente, nos demais moradores da cidade. É como se o excesso de maldade e de preconceito tivesse consumido Dona Redonda de forma que seu corpo não o suportasse. No momento em que ela entra em colapso, tanto um rastro de destruição é deixado ao seu redor quanto se espalham vestígios da possibilidade das diferenças coexistirem.

Considerações finais

Os recursos estilísticos utilizados em “Saramandaia” 2013 trouxeram muitas marcas do gênero do realismo maravilhoso, ainda que essa nova versão não tenha abordado a correlação que o “modo de ser latino-americano” mantém na forma discursiva da referida narrativa, uma vez que a política da dife-

rença é uma questão que perpassa várias culturas e atinge os indivíduos. As marcas dessa narrativa podem ter sido relevantes no modo como a questão foi apresentada, através da inserção de episódios, cenas e personagens insólitos e estranhos, enfim, diferentes de vários modos de maneira a nos fazer perceber que, assim como em “Saramandaia”, nossa sociedade brasileira está repleta de diversidade e que, cabe a nós, o desafio de aprender a conviver com ela e respeitá-la. A abertura para essa questão está relacionada à renovação do conceito de cidadania nos anos de 1990 que ajudou a pensar, em larga medida, os problemas relacionados à realidade latino-americana, abarcando as questões do direito à igualdade e à diferença (Dagnino, 1994, 2002). Para Evelina Dagnino (2007) esse processo de redefinição da cidadania focou na dimensão cultural, incorporando questões de identidade, subjetividade e o direito à diferença.

As diferenças em “Saramandaia” não se repetem entre as personagens. Essa individuação tanto nos sugere que as diferenças são muitas quanto nos ajudam a compreender que para seu devido reconhecimento a auto-realização é central. Os autores da teoria do reconhecimento colocam a construção do *self* e sua capacidade de conviver bem consigo mesmo como suas preocupações centrais. Contudo, essa auto-realização só se constrói na relação com o outro; daí a importância de se conquistar o seu respeito. Sendo assim, somente através do contínuo intercâmbio que ocorre no encontro com esse outro é que o indivíduo pode construir sua identidade e se auto-realizar. Para Honneth (2003, p. 189):

Na sociedade moderna, as condições para a auto-realização individual só estão socialmente asseguradas quando os sujeitos podem experienciar o reconhecimento intersubjetivo não apenas de sua autonomia pessoal, mas também de suas necessidades específicas e capacidades particulares.

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

O estilo em “Saramandaia” 2013 pode nos sugerir que, assim como a diferença integra aquele microcosmo, ela também pode fazer parte da sociedade onde vivemos. A auto-realização e seus entraves, figurados no voo de Gibão e na explosão do preconceito de Dona Redonda, respectivamente, nos são apresentados na forma narrativa e traduzidos visualmente no estilo, acionando no telespectador sentidos para além do que é mostrado, traçando um paralelo com a nossa experiência. Do ponto de vista da narrativa, João Gibão realiza o voo porque deixou suas asas crescerem e a sua amada o aceitou com sua “diference”. Da mesma forma, Dona Redonda, narrativamente, explode de tanto comer. Porém, ao observarmos a temática levantada na telenovela, o contexto vivido por nós e, principalmente, a forma como o evento se manifestou visualmente, é possível abstrairmos outras camadas de sentido para além do texto.

Referências

BORDWELL, D. **Figuras traçadas na luz: a encenação no cinema**. Campinas, SP: Papyrus, 2008.

BUTLER, J. **Television style**. New York & London: Routledge, 2010.

BUTLER, J. **Television**. 3a. ed. New York & London: Routledge, 2009.

CARPENTIER, A. **O reino deste mundo**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

CARPENTIER, A. **A literatura do maravilhoso**. SP: Revista dos Tribunais, 1987.

CHIAMPI, I. **O realismo maravilhoso: forma e ideologia no romance hispano-americano**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

DAGNINO, E. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: DAGNINO, E. (Org). Anos 90: política e sociedade no Brasil. Editora Brasiliense: São Paulo, 1994, p. 103-115.

DAGNINO, E. Dimensions of citizenship in contemporary Brazil. In: **Fordham Law Review**, New York, v. 73, 2007, p. 101-114.

FIGUEIREDO, V.L.F. **Realismo maravilhoso: o realismo de outra realidade.** **Globo Universidade.** n. 3, Rio de Janeiro: Globo, 2013.

GARCIA MÁRQUEZ, G. **Fantasía y creación artística en América Latina y el Caribe.** Texto Crítico, Julio-septiembre 1979, n. 14, p.3-8. Centro de Investigaciones Linguístico-Literarias. Universidad Veracruzana, México. Disponível em: <<http://bir.ly/14HQi5g>>. Acesso em: dez. 2013.

GOMES, D. O Brasil é um país que ridiculariza o absurdo. Entrevista publicada no *Suplemento Literário de Minas Gerais*, 22.06.1982. In: DIAS GOMES, Luana e Mayra (Org.). **Encontros Dias Gomes.** RJ: Beco do Azougue, 2012.

HONNETH, A. **Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais.** São Paulo, Editora 34, 2003.

LINHARES, R. Entrevista concedida ao Caderno Globo e Universidade n. 3, tema: Realismo Mágico no Século XXI. BETING, G; JEBAILI, B. (Eds.) RJ: Globo, 2013.

MAIA, R. C. M. ; GARCÊZ, R. O. **Recognition, feelings of injustice and claim justification: a case study of deaf people's storytelling on the internet.** Eur polit sci rev, v. 5, p. 1-24, 2013.

O estilo do realismo maravilhoso na figuração da política da diferença em “Saramandaia”

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. RJ: Editora da UFRJ, 2001.

MESTMAN, M; VARELA, M. **Masas, pueblo, multitud en cine y televisión**. 1ª ed. Buenos Aires: Eudeba, 2013.

MITTEL, J. **Genre and television**. London and New York: Routledge, 2004.

PUCCI JR. R. L. Inovações estilísticas na telenovela: A situação em Avenida Brasil. In: **XXII Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal da Bahia, junho de 2013, Salvador/BA. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_2079.pdf>. Acesso em: 13 out. 2013.

ROCHA, S.; ALVES, M.; OLIVEIRA, L. A história através do estilo: A Revolta da Vacina na telenovela *Lado a Lado* Revista **ECO-PÓS**, n. 2, v. 16, 2013.

ROCHA, S. M. **Inovações estéticas na TV: a travessia sertão-Ilhéus de Gabriela**. Texto apresentado na ST – Televisão: formas audiovisuais de ficção e documentário do XVII Encontro Socine, UNASUL, Florianópolis, 2013.

SALIBA, E.T. Os tons da comédia em “Saramandaia”. Caderno **Globo Universidade**, n.3 tema: Realismo Mágico no Século XXI. BETING, G; JEBAILI, B. n. 3, Rio de Janeiro, Globo, 2013.

TAYLOR, C. (1994). **The politics of recognition**. A. Gutmann (ed.), *Multiculturalism: examining the politics of recognition*, Princeton/Chichester, Princeton University Press, p. 25-73.






**PRIMEIRA
PARTE**

**MÍDIA, POLÍTICA
E ESPETÁCULO**







COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

NA SOCIEDADE DO

ESPETÁCULO: O CONCEITO DE

PODER ESPETACULAR

Cláudio Novaes Pinto Coelho

Nesse capítulo, pretende-se utilizar o pensamento de Guy Debord como ponto de partida para uma reflexão que procurará argumentar que o conceito de poder espetacular, trabalhado por ele, é fundamental para uma compreensão das relações entre comunicação e política na sociedade contemporânea. A reflexão sobre o poder espetacular tem por objetivo servir de introdução às investigações realizadas no projeto Mídia, Política e Espetáculo do Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo. Visando um melhor entendimento das características desse conceito, será estabelecido um diálogo entre Debord e outros autores vinculados à Teoria Crítica da Sociedade, como Walter Benjamin, e também com o pensador que é a base dessa teoria, Karl Marx.

No livro Sociedade do espetáculo, Guy Debord deixa claro o vínculo entre poder e espetáculo. Para ele, a existência do poder é inerente à divisão social do trabalho, e o espetáculo surge para justificar a desigualdade social:

A mais velha especialização social, a especialização do poder encontra-se na raiz do espetáculo. Assim o espetá-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

culo é uma atividade especializada que responde por todas as outras. É a representação diplomática da sociedade hierárquica diante de si mesma, na qual toda outra fala é banida. No caso, o mais moderno é também o mais arcaico. [...] A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do *Estado* moderno, isto é, a forma geral da cisão na sociedade, produto da divisão do trabalho social e órgão da dominação de classe (Debord, 1997, p. 20-21).

Sociedade do espetáculo e capitalismo

Mas, a presença do espetáculo na vida social não significa a existência da sociedade do espetáculo. Nas várias formações sociais marcadas pela divisão social do trabalho e pelas relações de poder há o espetáculo, mas a sociedade do espetáculo só existe nas formações sociais capitalistas. O capitalismo é o ponto culminante do processo histórico de desenvolvimento da divisão social do trabalho. Nessa sociedade, há total separação entre os trabalhadores e o processo de produção, a economia, baseada na produção de mercadorias e na transformação da força de trabalho em mercadoria, aparece como uma realidade separada das demais dimensões da vida social, como se fosse uma coisa dotada de características autônomas, devido ao que Marx caracterizou como o fetichismo da mercadoria:

O caráter misterioso que o produto do trabalho apresenta ao assumir a forma de mercadoria, donde provém? Dessa própria forma, é 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 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

**Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular**

forma de relação social entre os produtos do trabalho. [...] Uma relação social definida, estabelecida entre os homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. [...] Chamo a isso de fetichismo, que está sempre grudado aos produtos do trabalho, quando são gerados como mercadorias. É inseparável da produção de mercadorias (Marx, 1975, p. 80-81).

O fetichismo da mercadoria, analisado por Marx, é uma característica exclusiva da sociedade capitalista:

Todo o mistério do mundo das mercadorias, todo sortilégio e magia que enevoam os produtos do trabalho, ao assumirem estes a forma de mercadorias, desaparecem assim que examinamos outras formas de produção (Idem, p. 85).

Em outras formações sociais, como no feudalismo, a presença de relações de dominação/exploração no processo de produção é evidente:

Penetremos na sombria idade média europeia. Nela não há o indivíduo independente; todos são dependentes: servos e senhores feudais, vassallos e suseranos, leigos e clérigos. A dependência pessoal caracteriza tanto as relações sociais da produção material, quanto às outras esferas da vida baseadas nessa produção. Mas, justamente porque as relações de dependência pessoal constituem o fundamento social incontroverso, não se faz mister que os trabalhos e os produtos assumam feições fantasmagórica, diversa de sua realidade. Eles entram na engrenagem social, como serviços e pagamentos em produtos. [...] No regime feudal, sejam quais forem os papéis que os homens desempenham, ao se confrontarem,

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

as relações sociais entre as pessoas na realização dos seus trabalhos revelam-se como suas próprias relações pessoais, não se dissimulando em relações entre coisas, entre produtos do trabalho (Idem, p. 86).

Nas sociedades pré-capitalistas não havia a interpenetração entre produção da vida material e produção de espetáculos. Nessas sociedades, o espetáculo é a sacralização do poder, é a atribuição de características sobrenaturais aos dominantes e à própria dominação, mas não é algo que marca o cotidiano, caracterizando-se justamente por ocasiões extraordinárias:

A institucionalização da divisão do trabalho e a formação de classes tinham construído uma primeira contemplação sagrada, a ordem mítica de que todo poder se cerca desde a origem. O sagrado justificou o ordenamento cósmico e ontológico que correspondia aos interesses dos senhores (Debord, 1997, p. 21).

A dimensão extraordinária do sagrado, separado do cotidiano da produção material das condições de existência nas sociedades pré-capitalistas, foi abordada por Walter Benjamin, na sua reflexão sobre a aura dos objetos que fazem parte dos rituais religiosos nessas sociedades. Para Benjamin, a aura é um atributo dos objetos dotados de valor de culto e consiste: “Na única aparição de uma realidade longínqua, por mais próxima que ela esteja. [...] Longínquo opõe-se a próximo. O que está essencialmente longe é inatingível. De fato, a principal qualidade de uma imagem que serve para o culto é ser inatingível” (Benjamin, 1975, p. 16).

A aura dos objetos ritualísticos, primeira condição das obras de arte, que são o foco do interesse de Benjamin, estava vinculada a situações únicas, extraordinárias, impossíveis de

Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular

serem repetidas. Ele chamava atenção para as relações entre a aura e momentos que não podiam ser reproduzidos, pois dependentes de um aqui e agora (*hic et nunc*): “A mais perfeita reprodução falta sempre algo: o *hic et nunc* da obra de arte, a unidade de sua presença no próprio local onde se encontra. [...] O *hic et nunc* do original constitui aquilo que se chama de sua autenticidade” (Idem, p. 13).

A sociedade capitalista, ao desenvolver técnicas de reprodução em larga escala, inicialmente limitadas aos bens materiais, e em seguida direcionadas também para os bens simbólicos, criou as condições para a existência do fetichismo da mercadoria e em seguida para o fetichismo das imagens. Na sociedade do espetáculo essas duas formas do fetichismo são inseparáveis e determinam a vida cotidiana. Nas palavras de Debord:

O princípio do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por “coisas supra-sensíveis embora sensíveis”, se realiza completamente no espetáculo, no qual o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência (Debord, 1997, p. 28).

Se “a separação é a *principal produção* da sociedade atual” (Idem, p. 17), a característica central da sociedade do espetáculo é a produção de uma realidade que aparece separada da ação do homem, embora seja produto dela: “a separação é o alfa e o ômega do espetáculo” (Idem, p. 21).

Um elemento fundamental da análise feita por Debord da sociedade do espetáculo é a crítica da apropriação da comunicação pelos socialmente dominantes, que a colocam a seu serviço, e a instituem como realidade separada:

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

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. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea, é porque essa “comunicação” é essencialmente *unilateral*; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa administração (Idem, p. 20-21).

A crítica da forma assumida pela comunicação na sociedade capitalista é inseparável da crítica da dominação existente nessa sociedade, Debord defende que a negação dessa forma é a comunicação dialógica. Para ele, há uma oposição entre o espetáculo e o diálogo. A crítica que Debord faz ao olhar, como forma principal de conhecimento do mundo, está baseada na defesa do diálogo:

Mas o espetáculo não pode ser identificado pelo simples olhar, mesmo que este esteja acoplado à escuta. Ele escapa à atividade do homem, à reconsideração e à correção de sua obra. É o contrário do diálogo. Sempre que haja *representação* independente, o espetáculo se reconstitui (Idem, p. 18).

A defesa da comunicação dialógica fica evidenciada na relação que Debord procura estabelecer com os leitores dos seus textos. A linguagem utilizada por ele pressupõe um leitor

Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular

ativo, que não deve se limitar a olhar o texto, que não pode ser compreendido sem a participação efetiva do leitor. Trata-se de uma linguagem não fetichizada, que recusa ser reduzida a fórmulas, a clichês, e que procura incorporar na própria forma do texto a dimensão histórica da realidade. Procura-se dar conta de uma realidade marcada pela fluidez. Debord argumenta que a linguagem dos textos da teoria crítica deve ser coerente com a proposta de negar a sociedade capitalista, apontando suas contradições e incentivando a ação (práxis) transformadora:

A teoria crítica deve *comunicar-se* em sua própria linguagem, a linguagem da contradição, que deve ser dialética na forma como o é no conteúdo. É crítica da totalidade e crítica histórica. [...] Pelo próprio estilo, a exposição da teoria dialética é um escândalo e uma abominação segundo as regras da linguagem dominante e para o gosto que elas educaram; no emprego positivo dos conceitos existentes, essa exposição inclui também a compreensão de sua *fluidez* reencontrada, de sua destruição necessária (Idem, p. 132).

O poder espetacular concentrado e o difuso

A crítica da comunicação na sociedade do espetáculo, é um convite à ação transformadora, é uma crítica da política e das formas de poder existentes nessa sociedade. No livro *Sociedade do espetáculo*, Debord argumenta que existem duas formas distintas de poder na sociedade capitalista: o poder espetacular concentrado e o difuso. Para ele, o capitalismo é uma realidade universal, mundial, e as diferenças entre as formas de poder espetacular correspondem a diferentes graus de desenvolvimento capitalista e da sociedade do espetáculo. Na década de 1960, muito antes da palavra globalização entrar na moda, Debord apontava que a disputa entre capitalismo (EUA) e “socialismo” (URSS) era uma falsa disputa entre duas for-

mas de poder espetacular no interior de um sistema mundial único, ainda que desigual e contraditório:

As falsas lutas das formas rivais do poder separado são ao mesmo tempo reais, na medida em que expressam o desenvolvimento desigual e conflitante do sistema, os interesses relativamente contraditórios das classes ou das sub-divisões de classes que integram o sistema, e definem sua própria participação no poder do sistema. [...] No espetáculo, essas diversas oposições podem aparecer segundo critérios diferentes, como sociedades totalmente distintas. Mas, na condição real de setores particulares, a verdade de sua particularidade reside no sistema universal que as contém; no movimento único que transformou o planeta em seu campo, o capitalismo (Idem, p. 38).

Mas, Debord já apontava também que o pólo dominante, o do capitalismo “ocidental”, tenderia a superar as barreiras colocadas pelas versões burocráticas (“socialistas”) do capitalismo:

A divisão das tarefas espetaculares conserva o caráter geral da ordem existente, mas conserva, sobretudo o pólo dominante de seu desenvolvimento. A raiz do espetáculo está no terreno da economia que se tornou abundante, e daí vem os frutos que tendem afinal a dominar o mercado espetacular, a despeito das barreiras ideológico-políticas de qualquer espetáculo com pretensões autárquicas (Idem, p. 39).

A visão de Debord sobre a dinâmica do capitalismo como realidade universal diferencia-se de outras visões que também questionam o caráter “socialista” de países como a URSS ou a

Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular

China Maoísta. Por exemplo, para o grupo de intelectuais e militantes políticos reunidos, na França, sob o nome de “Socialismo ou Barbárie”, e que tinha em Cornelius Castoriadis e Claude Lefort os seus principais representantes, o capitalismo burocrático em vigor na URSS representava o estágio mais avançado do capitalismo, pois nesse país a tendência para a transformação da burocracia em classe dominante já havia acontecido, enquanto estava ainda em desenvolvimento nos países do capitalismo ocidental.

Para Castoriadis, o capitalismo burocrático da URSS tinha completado o processo de separação entre gestão e propriedade, com os gestores (burocratas) assumindo a condição de classe dominante, mesmo sem ter a propriedade formal dos meios de produção. Segundo ele, na URSS:

Os operários são completamente alheios à gestão da produção; a determinação do objeto, dos meios e das modalidades da produção se faz pela e para a classe dominante e seus agentes, unicamente em função das suas necessidades de acumulação e de consumo improdutivo. [...] Essa exploração, a burocracia a exerce em seu próprio benefício (dando à palavra benefício o seu sentido mais amplo). A burocracia russa foi criada e existe sobre a base da oposição entre os dirigentes e os executantes no processo de produção. Sobre essa base econômica real do poder da burocracia, a propriedade estatal universal não é mais do que a expressão adequada do monopólio que a classe burocrática dominante exerce sobre os meios de produção (Castoriadis, 1976, p. 12-13. Tradução nossa).

A pergunta sobre o significado histórico do capitalismo burocrático é respondida por Castoriadis da seguinte forma:

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

Qual é o significado histórico desse regime? Pode-se dizer que representa a última etapa do modo de produção capitalista, na medida em que a concentração do capital, fator essencial do desenvolvimento do capitalismo, alcança seu último limite, posto que todos os meios de produção estão à disposição de um poder central e são dirigidos por este, que expressa os interesses da classe exploradora. É também a última etapa do modo de produção capitalista na medida em que realiza a exploração mais extrema do proletariado (Idem, p. 14).

A visão de Debord sobre o capitalismo burocrático também leva em consideração a concentração da vida econômica e do poder político pela burocracia estatal, mas não considera essa concentração como uma demonstração da superioridade do “capitalismo burocrático” sobre o “tradicional”. A diferença entre as concepções de Debord e de Castoriadis está baseada numa compreensão distinta sobre o que caracteriza o modo de produção capitalista. Para Castoriadis, a burocratização é a principal tendência do capitalismo, com a substituição da burguesia pela burocracia como classe dominante, enquanto Debord entende que a mercantilização de todas as relações sociais é a tendência dominante do capitalismo. No capitalismo burocrático, a concentração do poder decorre do menor grau de desenvolvimento da produção mercantil, se comparado com o capitalismo ‘tradicional’; trata-se de uma formação social marcada pelo subdesenvolvimento econômico:

A burocracia totalitária não é “a última classe proprietária da história” no sentido de Bruno Rizzi, mas apenas *uma classe dominante substituta* da economia mercantil. A propriedade privada capitalista enfraquecida é substituída por um subproduto simplificado, menos diversificado, *concentrado* em propriedade coletiva da classe bu-

**Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular**

rocrática. Essa forma subdesenvolvida de classe dominante é também a expressão do subdesenvolvimento econômico; e tem como única perspectiva recuperar o atraso desse desenvolvimento em algumas regiões do mundo (Debord, 1997, p. 71).

O subdesenvolvimento econômico do capitalismo burocrático gera uma repressão constante do Estado sobre a sociedade:

O espetacular concentrado pertence essencialmente ao capitalismo burocrático, embora possa ser importado como técnica de poder estatal em economias mistas mais atrasadas, ou em certos momentos de crise do capitalismo avançado. De fato, a propriedade burocrática está concentrada, no sentido em que o burocrata individual só tem relação com a posse da economia global por intermédio da comunidade burocrática, como membro dessa comunidade. Além disso, a produção de mercadorias, ali menos desenvolvida, também se apresenta sob uma forma concentrada; a mercadoria que a burocracia controla é o trabalho social total, e o que ele revende à sociedade é a sobrevivência como um todo. A ditadura da economia burocrática não pode deixar às massas exploradas nenhuma margem significativa de escolha, pois ela teve de escolher tudo. [...] Essa ditadura tem que ser acompanhada de violência permanente (Idem, 42-43).

No poder espetacular concentrado, o espetáculo acontece em torno do líder, o único que faz escolhas e escolhe por todos, que devem se identificar com ele, que é a vedete-absoluta. No capitalismo burocrático:

A imagem imposta do bem, em seu espetáculo, recolhe a totalidade do que existe oficialmente e concentra-se nor-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

malmente num só homem, que é a garantia da coesão totalitária. Com essa vedete absoluta é que todos devem identificar-se magicamente, ou desaparecer. Porque se trata do senhor de seu não-consumo, e da imagem heroica de um sentido aceitável para a exploração absoluta, que é de fato a acumulação primitiva acelerada pelo terror. Se cada chinês tem de aprender Mao e, assim, tornar-se Mao, é porque *não há outra coisa para ser*. Onde o espetacular concentrado domina a polícia também domina (Idem, p. 43).

O conceito de poder espetacular desenvolvido por Debord só pode ser compreendido se levamos em consideração os vínculos entre poder, espetáculo e o culto às vedetes, às celebridades. No poder espetacular concentrado, o ditador é a celebridade única, toda a comunicação gira em torno da produção e do consumo da imagem do ditador. Walter Benjamin já havia mencionado que as técnicas de reprodução, no caso do rádio e o cinema, permitiam uma concentração da comunicação em torno dos ditadores, além das vedetes:

Com a evolução dos aparelhos, que permite a um número indefinido de ouvintes escutar o discurso do orador, no próprio momento em que ele fala, e de, pouco depois, difundir a imagem a uma quantidade indefinida de espectadores, o essencial se transforma na apresentação do homem político diante do aparelho em si. Essa nova técnica esvazia os parlamentos, assim como esvazia os teatros. O rádio e o cinema não modificam apenas a função do ator profissional, mas – de maneira semelhante – a de qualquer um, como o caso do governante, que se apresenta diante do microfone ou da câmara. Levando-se em conta a diferença de objetivos, o intérprete de um filme e o estadista sofrem transformações paralelas com

Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular

relação a isso. Elas conseguem, em determinadas condições sociais, aproximá-los do público. Daí a existência de uma nova seleção, diante do aparelho: os que saem vencedores são a vedete e o ditador (Benjamin, 1975, p. 23).

Se no poder espetacular concentrado, o ditador é a vedete-celebridade; no poder espetacular difuso, as mercadorias e as vedetes-celebridades são intercambiáveis (as mercadorias são vedetes, e as vedetes são mercadorias) e estão difundidas socialmente. O próprio Benjamin mencionava também que, com o fim da aura dos objetos artísticos, devido às técnicas de reprodução como o rádio e o cinema, havia se desenvolvido um culto à personalidade dos artistas, transformados em celebridades-mercadorias:

Na medida em que restringe o papel da *aura*, o cinema constrói artificialmente, fora do estúdio, a “personalidade do ator”, o culto do astro, que favorece o capitalismo dos produtores e cuja magia é garantida pela personalidade que, já de há muito, reduziu-se ao encanto corrompido de seu valor de mercadoria (Idem, p. 24).

A redução da personalidade das celebridades à dimensão mercantil é abordada por Debord:

Como vedete, o agente do espetáculo levado à cena é o oposto do indivíduo, é o inimigo do indivíduo nele mesmo tão evidentemente como nos outros. Aparecendo no espetáculo como modelo de identificação, ele renunciou a toda qualidade autônoma para identificar-se com a lei geral de obediência no desenrolar das coisas. A vedete do consumo, embora represente exteriormente diferentes tipos de personalidades, mostra cada um desses tipos como se tivesse igual acesso à totalidade do consumo,

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

também como capaz de encontrar a felicidade nesse consumo (Debord, 1997, p. 40-41).

O poder espetacular difuso, que se manifesta plenamente nos países de desenvolvimento capitalista avançado, é o poder da produção mercantil sobre o conjunto da sociedade:

O espetáculo é o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo. A produção econômica moderna espalha, extensa e intensivamente a sua ditadura (Idem, p. 30).

Ainda que não seja um tema que receba muita atenção, em vários momentos das suas reflexões Debord chama a atenção para a existência de diferentes graus de desenvolvimento no interior do sistema mundial. Os conceitos de poder espetacular concentrado e difuso procuram compreender os elementos fundamentais da dinâmica do desenvolvimento das formações sociais capitalistas e devem ser sempre situados social e historicamente.

O projeto de pesquisa Mídia, Política e Espetáculo, do grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo, procura situar os conceitos de poder espetacular no contexto histórico da sociedade brasileira. Trabalhos, por exemplo, sobre a ditadura militar procuram refletir sobre a presença simultânea do poder espetacular concentrado e difuso. Trabalhos sobre a contemporaneidade procuram investigar a presença do poder espetacular integrado, conceito criado por Debord para a compreensão das características da sociedade do espetáculo a partir da década de 1980.

O poder espetacular integrado

Em seus Comentários sobre a Sociedade do Espectáculo, escritos em 1988, ele afirma que o poder espetacular integrado corresponde ao momento em que a sociedade do espetáculo cresceu em extensão e intensidade, passando a estar presente onde ainda não estava e se manifestando com maior força, onde já existia. Faz parte desse momento, também, o esvaziamento das forças sociais que se colocam em oposição a essa sociedade. O poder espetacular integrado é uma combinação das formas de poder anteriormente existentes na sociedade do espetáculo: o concentrado e o difuso: “Uma terceira forma constituiu-se a partir de então, pela combinação das duas anteriores, e na base geral de uma vitória da que se mostrou mais forte, mais difusa. Trata-se do *espetacular integrado*, que doravante tende a se impor mundialmente” (Idem, p. 172).

Essa combinação entre as duas formas de poder espetacular foi, portanto, tornada possível pela decadência (e posteriormente pelo fim) da URSS. Debord argumenta, ainda, que o fortalecimento da sociedade do espetáculo:

Decorre do fato da dominação espetacular ter podido educar uma geração submissa a suas leis. As condições extraordinariamente novas em que viveu essa geração constituem um resumo exato e suficiente de tudo o que doravante o espetáculo impede e também tudo o que ele permite (Idem, p. 171).

Mas, a combinação das formas de poder espetacular gerou uma mudança nas suas características:

O espetacular integrado se manifesta como concentrado e difuso e, desde essa proveitosa unificação, conseguiu usar mais amplamente os dois aspectos. O anterior modo de aplicação destes mudou bastante. No lado concentra-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

do, por exemplo, o centro diretor tornou-se oculto; já não se coloca aí um chefe conhecido, nem uma ideologia clara. No lado difuso, a influência espetacular jamais marcou tanto quase todos os comportamentos e objetos produzidos socialmente. Porque o sentido final do espetacular integrado é o fato de ele ter se integrado na própria realidade à medida que falava dela e de tê-la reconstruído ao falar sobre ela. Agora essa realidade não aparece diante dele como coisa estranha. Quando o espetacular era concentrado, a maior parte da sociedade periférica lhe escapava; quando era difuso, uma pequena parte; hoje, nada lhe escapa. O espetáculo confundiu-se com toda a realidade ao irradiá-la. Como era teoricamente previsível, a experiência prática da realização sem obstáculos dos desígnios da razão mercantil logo mostrou que, sem exceção, o devir-mundo da falsificação era também o devir-falsificação do mundo (Idem, p. 173).

Não resta dúvida, de que o esvaziamento da clareza ideológica, a mercantilização total e a falsificação do mundo são elementos fundamentais para qualquer reflexão sobre o processo político contemporâneo de modo geral, e sobre as campanhas eleitorais em particular. No entanto, a ausência de chefes políticos conhecidos não parece ser um componente da política brasileira contemporânea, ou mesmo da latino-americana. Não é por acaso, que um dos focos de interesse do projeto Mídia, Política e Espetáculo são fenômenos políticos contemporâneos, como o “lulismo” e o “chavismo. Mas, de todo modo, cabe a investigação se a existência dessas lideranças políticas significa a presença de um centro diretor claro, como no poder espetacular concentrado. Além disso, é pertinente investigar, também, qual o futuro dessas correntes políticas ligadas a lideranças políticas, quando essas lideranças não mais ocupam o poder.

Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular

No entanto, a visão de Debord, de que o espetáculo agora se confunde com a realidade não significa a supressão das contradições do capitalismo, que teria se transformado numa sociedade estável. Pelo contrário o grau alcançado pela falsificação do mundo, teria tornado a dominação capitalista ainda mais instável, devido ao esvaziamento da capacidade dos dominantes agirem estrategicamente. Um elemento do poder espetacular concentrado, agora disseminado mundialmente com o poder espetacular integrado, é a falsificação da história:

Um aspecto do desaparecimento de todo conhecimento histórico objetivo se manifesta a propósito das reputações pessoais, que se tornaram maleáveis e corrigíveis à vontade por aqueles que controlam a informação, a que se colhe e também aquela, que é bastante diferente, que se divulga; eles têm autorização para falsificar. Pois uma evidência histórica que não interessa ao espetáculo não é uma evidência histórica (Idem, p. 180).

A falsificação histórica pode ter consequências negativas para a dominação social: “um Estado em cuja gestão se instala por muito tempo um grande déficit de conhecimentos históricos já não pode ser conduzido estrategicamente” (Debord, 1997, p. 182).

A atual crise econômica, que atinge os países mais desenvolvidos do ponto de vista capitalista, parece ser um exemplo dessa impossibilidade de condução estratégica dos Estados. Aquilo que provocou a crise, a política econômica neoliberal, vem sendo considerado como o que pode resolver a crise.

A busca de um controle total sobre a informação também produz efeitos contraditórios:

A vigilância poderia ter-se tornado muito mais perigosa se não tivesse chegado, na via do controle absoluto de

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

todos, a um ponto em que ela encontra dificuldades decorrentes de seu próprio progresso. Há incompatibilidade entre, de um lado, a massa de informações colhidas em meio a um número crescente de indivíduos e, de outro, o tempo e a inteligência disponíveis para analisá-las; ou simplesmente seu possível interesse. A abundância da matéria obriga a condensá-la a cada estágio; muita coisa desaparece, e o que resta ainda é longo demais para ser lido. A conduta da vigilância e da manipulação não é unificada (Idem, p. 230-231).

É importante ressaltarmos os argumentos de Debord, sobre a existência de contradições no exercício do poder espetacular integrado, para que não fiquem dúvidas de que ele nada tem a ver com as visões do “fim da história”. Por outro lado, os seus argumentos sobre o fortalecimento da sociedade do espetáculo também cumprem um papel importante, no sentido de problematizar as visões excessivamente otimistas, daqueles que acreditam que, devido à crise econômica e a retomada de movimentos sociais em escala mundial, de que a sociedade do espetáculo, ou seja, a versão contemporânea do capitalismo, nunca esteve tão enfraquecida.

Referências

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época das suas técnicas de reprodução In: **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, Coleção Os Pensadores vol. XLVIII, 1975, p. 9-34.

CASTORIADIS, Cornelius. **La sociedad burocrática**. v. 2 - La revolución contra la burocracia. Barcelona: Tusquets Editor, 1976.

Comunicação e política na sociedade do espetáculo:
o conceito de poder espetacular

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 1997.

MARX, Karl. **O Capital**. Livro 1, v.1. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1975.



O PODER ESPETACULAR INTEGRADO NO PROCESSO POLÍTICO BRASILEIRO ATUAL¹

Emerson Ike Coan

Este texto versa sobre o poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual. Pretende refletir sobre algumas características desse processo, a partir de uma investigação histórica da consolidação da sociedade capitalista brasileira, vista esta, em linhas gerais, a partir do ensaio de interpretação sociológica de Florestan Fernandes em *A revolução burguesa no Brasil*, combinada com a perspectiva da Sociedade do Espetáculo. Sob esse aspecto, busca examinar as assertivas de Guy Debord nos *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo* a respeito da afirmação do poder espetacular por toda parte.

A sociedade do espetáculo brasileira

Se, da edição de *A sociedade do espetáculo*, em 1967, para cá, a “ditadura do mercado” se impôs cada vez mais, quarenta e cinco anos depois, são pertinentes ainda as palavras de Debord, para quem:

¹ Dedico este artigo ao Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho, por sua orientação em meu Mestrado, cuja ética, dedicação e sabedoria só fizeram estreitar uma amizade.

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

A tão evidente perda da qualidade, em todos os níveis, dos objetos que a linguagem espetacular utiliza e das atitudes que ela ordena apenas traduz o caráter fundamental da produção real que afasta a realidade: sob todos os pontos de vista, a forma-mercadoria é a igualdade confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo. Ela desenvolve o quantitativo e só pode se desenvolver nele. Esse desenvolvimento que exclui o qualitativo também está sujeito, como desenvolvimento, à passagem qualitativa: o espetáculo significa que ele transpôs o limiar “de sua própria abundância” [...] já é verdade em escala universal, que é a referência original da mercadoria, referência que seu movimento prático confirmou, ao unificar a Terra como mercado mundial (Debord, 1997, p. 28-29. Destaque no original).

Partindo dessas considerações, para ele:

O espetáculo é o momento em que a mercadoria “ocupou totalmente” a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo. A produção econômica moderna espelha, extensa e intensivamente, sua ditadura (Debord, 1997, p. 30. Destaque no original).

Para a teoria crítica,² é um conceito histórico e corresponde a uma fase específica da sociedade capitalista, quando há uma interdependência entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens. Significa dizer que não é um substituto para o conceito de sociedade capitalista nem é a própria sociedade dominada pelos meios de comuni-

² Os conceitos da teoria crítica são conceitos históricos; procuram compreender realidades determinadas historicamente. Cf. Horkheimer, M. Teoria tradicional e teoria crítica. In: *Os Pensadores*, 1975 p. 125-162.

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

cação, particularmente pelos mecanismos de produção de imagens, como muitos confundem. É muito citada uma de suas teses: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (Debord, 1997, p. 14). Como explica Cláudio Novaes Pinto Coelho:

O espetáculo é um elemento articulador, ele estabelece mediações entre as várias dimensões da realidade social capitalista. A compreensão do papel desempenhado pelos meios de comunicação depende de uma investigação sobre as características da sociedade enquanto uma totalidade articulada internamente: o ponto de partida para o entendimento dessa totalidade são as relações sociais de produção. O conceito de sociedade do espetáculo, em Debord, está vinculado a uma interpretação materialista (marxista) da vida social (Coelho, 2006, p. 15).

A lógica da separação é um componente essencial das relações sociais capitalistas. No atual estágio, a vida humana, ou seja, social, é reduzida à aparência (Debord, 1997, p. 16). Primeiro, o próprio trabalhador acredita que o valor de uma mercadoria não é uma consequência de seu tempo de trabalho socialmente necessário para a sua produção, mas que seja algo que decorre da “natureza” do produto. Depois, os meios técnicos dominam de modo a influenciar, diga-se alienar, a possibilidade de o indivíduo criar um distanciamento crítico, e de cidadão passa a mero consumidor de imagens. Assim:

Não só o trabalhador deixa de se ver e ser visto como o sujeito do processo de produção (basta ver o uso do termo “classes produtoras” para designar os empresários) como qualquer indivíduo no capitalismo deixa de ver e ser visto como produtor da própria realidade social, que aparece como se fosse separada das ações humanas (Coelho, 2006, p. 16-17. Destaque no original).

Para efeito deste artigo:

A dimensão histórico-crítica do conceito de sociedade do espetáculo elaborado por Guy Debord requer que sua utilização seja sempre feita de forma particularizada; há a necessidade de investigação das características das formações econômico-sociais onde o conceito será aplicado, bem como de uma atualização permanente das reflexões feitas pelo autor (Coelho, 2006, p. 22).

Embora os países, de capitalismo tardio, periférico e dependente subdesenvolvido, como o Brasil, não tenham sido analisados de forma detida por Debord, considerando a contemporaneidade de *A sociedade do espetáculo*, de 1967, e tendo em conta a relação de dependência em face dos países desenvolvidos, vislumbra-se a aplicação dos conceitos de poder espetacular concentrado e difuso na sociedade brasileira no período da ditadura militar (1964-1985), mais especificamente nos “anos de chumbo” e do “milagre brasileiro”, entre 1969 e 1974, assim como o de poder espetacular integrado, pela adoção explícita do modelo neoliberal, mais evidente da década 1990 para cá. Considera-se, nesta última hipótese, a contemporaneidade de seus *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, de 1988, para aplicação de dita forma de poder espetacular no processo político brasileiro atual.

As formas de poder espetacular no Brasil

Quanto às formas de poder espetacular, o poder concentrado numa ditadura, de direita ou de esquerda, caracteriza-se pela produção de imagens para justificar o poder exercido por seu dirigente e é acompanhada de violência permanente, de modo que onde essa forma de poder domina, “a polícia também domina”. A concentração do arbítrio na figura do dirigente é a garantia da coesão totalitária, “como vedete absoluta que todos devem identificar-se magicamente, ou desapa-

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

recer”, “em acumulação primitiva acelerada pelo terror” (Debord, 1997, p. 43).

O final dos anos 1960 foi explosivo em todo o mundo, marcado por passeatas por igualdade de direitos nos EUA, protestos contra a guerra do Vietnã e barricadas em Paris, o “maio de 1968”³, como reflexo de várias práticas sociais alternativas, isto é, grupos sociais, em sua maior parte compostos por jovens, que agiram questionando as instituições sociais vigentes, quer de uma perspectiva política, quer de uma perspectiva comportamental.

No Brasil, a retomada dos movimentos sociais e estudantis conseguiu mobilizar cem mil pessoas, em junho de 1968, nas ruas do Rio de Janeiro, para protestar contra a ditadura militar. Em dezembro do mesmo ano, porém, com o Ato Institucional nº 5, o autoritarismo do governo dá curso a um processo “linha-dura”, nos “anos de chumbo”, entre 1969 e 1974. O ato, que vigorou até 1978, concedeu ao presidente plenos poderes para fechar por tempo ilimitado todo o Poder Legislativo, intervir em estados e municípios, suspender por dez anos os direitos políticos de qualquer cidadão e cassar mandatos eletivos, demitir ou aposentar sumariamente funcionários públicos, incluindo juízes, suspender a garantia do “habeas corpus”, efetuar prisões sem mandado judicial e decretar estado de sítio.

Por outro lado, a ampliação da base material do exercício hegemônico burguês, com a ocupação do aparelho de Estado pelas Forças Armadas, deu-se no período do chamado “milagre brasileiro”, também entre 1969 e 1974, quando ocorreu a consolidação do projeto de desenvolvimento econômico, associado e dependente da capital multinacional, norte-ameri-

³ Guy Debord foi o pensador mais influente da Internacional Situacionista, movimento cuja atuação foi marcante para os acontecimentos de “maio de 1968”.

cano em especial, com o aumento do mercado consumidor para bens de consumo duráveis.

É o que Debord chama de poder espetacular difuso, “não perturbado do capitalismo moderno”, em razão da americanização do mundo nas democracias ditas “burguesas” (Debord, 1997, p. 44).

A presença simultânea de elementos do poder espetacular concentrado e do difuso parece ser apropriada para a caracterização das formações econômico-sociais capitalistas subdesenvolvidas, como a sociedade brasileira durante o período da ditadura militar, uma vez que:

Nesse período havia a presença simultânea de um Estado economicamente intervencionista e promotor do “desenvolvimento”, a serviço da burguesia brasileira e multinacional, que concentrava o exercício do poder político (e tentou, no início dos anos 1970, transformar um general em “líder popular”), e de uma sociedade de consumo em processo de constituição, promotora do culto das mercadorias e da difusão social (especialmente pela Rede Globo de Televisão) das práticas espetaculares (Coelho, 2006, p. 21-22. Destaques no original).

O que não deixou, porém, de revelar uma contradição, pois o anseio de consumir livremente era tolhido pela ideologia da segurança nacional: “a censura dos produtos culturais entravam em choque com o próprio incentivo à indústria cultural promovido pela ditadura militar” (Coelho, 2004, p. 36).⁴

O golpe de 1964, no processo de formação da sociedade capitalista brasileira, constitui o seu momento de consolida-

⁴ Sobre isso: Coan, E. I. “Os quarenta anos do álbum ‘Clube da Esquina’: resistência política e inovação musical na Sociedade do Espetáculo brasileira”. *Histórica* – Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo, n. 54, jun. 2012.

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

ção, para que possa ser analisada em sua especificidade histórica em relação ao desenvolvimento típico da modernidade ocidental e da constituição de classes. A sociedade brasileira, caracterizada como capitalismo tardio, periférico e dependente, consolida-se, desse modo, a partir de uma “revolução institucional” (i.e., golpe, pois não coube à “classe burguesa”, mas ao Estado), em composição civil-militar, ao estabelecer um modelo autocrático-”burguês”, na verdade, “contrarrevolucionário” preventivo de interesses desta. Eis a análise de Florestan Fernandes, em *A revolução burguesa no Brasil*, livro publicado em 1975.

Em síntese, desde a colônia até o início do século XX, sob seu controle, “dentro da ordem” e “a partir de cima”, a antiga, tradicional e conservadora oligarquia “agrária” passa a oligarquia “moderna” (ou dos “altos negócios”, comerciais-financeiros, mas também industriais) e se estabelece como “classe burguesa” (Fernandes, 2006, p. 245). E, apesar da penetração das grandes corporações estrangeiras (especialmente intensa durante e após a década de 1950), o ideal de desenvolvimento capitalista e de industrialização, predominantemente nos círculos burgueses e pequeno-burgueses, era o fornecido pelo modelo universal francês de revolução nacional e democrática, que parecia extremamente apropriado às expectativas do mercado interno e da produção industrial sob o capitalismo competitivo brasileiro. Todavia, subitamente optou-se pela dita “revolução institucional”, a revelar uma crise do poder burguês na transição do capitalismo competitivo para o capitalismo monopolista (Fernandes, 2006, p. 252-253).⁵

Isso porque, depois da década de 1930, a burguesia viu-se sob tripla pressão: 1) uma de fora para dentro, nascida das estruturas e dinamismos do capitalismo monopolista mundial; e dois tipos de pressão interna: 2) uma procedente do proleta-

⁵ Ver ainda sobre o tema: Coelho, C. N. Pinto. “A indústria cultural, a publicidade e a consolidação da hegemonia burguesa no Brasil”. *Communicare*, v. 4, n. 2, p. 29-39.

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

riado e das massas populares, que expunha a burguesia à iminência de aceitar um novo “pacto social”; 3) outra, procedente das proporções assumidas pela intervenção direta do Estado na esfera econômica (“Estado do bem-estar social”, após a Segunda Guerra Mundial). Com o golpe de 64:

A burguesia ganhava, assim, as condições mais vantajosas possíveis (em vista da situação interna): 1) para estabelecer uma associação mais íntima com o capitalismo financeiro internacional; 2) para reprimir, pela violência ou pela intimidação, qualquer ameaça operária ou popular de subversão da ordem (mesmo como uma “revolução democrático-burguesa”); 3) para transformar o Estado em instrumento exclusivo do poder burguês, tanto no plano econômico quanto nos planos social e político (Fernandes, 2006, p. 254-255. Destaque no original).

No contexto da “Guerra Fria”, foi estabelecida uma “parceria sólida” entre os países capitalistas centrais e hegemônicos e os da periferia dependente subdesenvolvida, como no Brasil. Portanto:

A “fraqueza” das burguesias submetidas e identificadas com a dominação imperialista é meramente relativa. Quanto mais se aprofunda a transformação capitalista, mais as nações capitalistas centrais e hegemônicas necessitam de “parceiros sólidos” na periferia dependente e subdesenvolvida – não só de uma burguesia articulada internamente em bases nacionais, mas de uma burguesia bastante forte para saturar todas as funções políticas autodefensivas e repressivas da dominação burguesa. Essa necessidade torna-se ainda mais aguda sob o imperialismo total, inerente ao capitalismo monopolista, já que, depois da Segunda Guerra Mundial, ao entrar numa era de luta pela sobrevivência contra os regimes socialis-

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

tas, tais nações passaram a depender das burguesias nacionais das nações capitalistas dependentes e subdesenvolvidas para preservar ou consolidar o capitalismo na periferia. As burguesias nacionais dessas nações converteram-se, em consequência, em autênticas “fronteiras internas” e em verdadeiras “vanguardas políticas” do ‘mundo capitalista’ (ou seja, da dominação imperialista sob o capitalismo monopolista) (Fernandes, 2006, p. 342. Destaques no original).

Essas passagens reforçam os argumentos acima de simultâneas e contraditórias presenças das formas de poder espetacular concentrado e difuso durante o período da ditadura militar no Brasil (1964-1985), em especial, após o golpe de 1964, e durante os “anos de chumbo”, após o Ato Institucional n. 5 (dez./1968) e do “milagre brasileiro”, desenvolvimento econômico associado e dependente do capital multinacional, em particular norte-americano, entre 1969 e 1974.

Já durante o período de redemocratização (1985-atual), é marcante 1988, ano de promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil, propaladamente “Cidadã”⁶ e avançada quanto aos direitos coletivos⁷ e sociais⁸ (numa sistemáti-

⁶ Embora o processo político de transição de um regime ao outro não tenha se direcionado “democraticamente” aos cidadãos, (cf. artigos de Florestan Fernandes. *Que tipo de República?* 1ª ed. - 1986); e conserve um legado autoritário, (cf. Zaverucha, J. 2010). *Relações civil-militares: o legado autoritário da Constituição brasileira de 1988*) e (Arantes, P. E. (2010). *1964. O ano que não terminou*), ambos In: Teles, E; Safatle, V. (Orgs.). *O que resta da ditadura: a exceção brasileira*, p. 41-76 e 205-236, respectivamente. No plano histórico-jurídico,)cf. Mascaro, A. L. (2003). *Crítica da legalidade e do direito brasileiro*).

⁷ A partir dela, leis infraconstitucionais foram editadas sobre tais direitos na década de 1990: Código de Defesa do Consumidor, Estatuto da Criança e do Adolescente e Lei do Inquilinato, entre outras.

⁸ Embora neutralizados no curso do desenvolvimentismo neoliberal e pelo poder espetacular integrado desde então, a CF/88 (art. 6º a 11) fixou princípios importantes relacionados aos direitos trabalhistas e sindicais.

ca jurídica em que a propriedade e o contrato passariam a ter função social), mas também momento de triunfo do neoliberalismo em escala mundial e aqui no Brasil, mais evidenciado com a eleição de Fernando Collor no ano seguinte. É o ano ainda em que Debord escreve, durante fevereiro-abril, os seus *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Neles é constatada uma nova forma de poder espetacular: o poder espetacular integrado.

O espetacular integrado se manifesta como concentrado e difuso, e, desde essa proveitosa unificação, conseguiu usar mais amplamente os dois aspectos. O anterior modo de aplicação destes mudou bastante. No lado concentrado, por exemplo, o centro diretor tornou-se oculto: já não se coloca aí um chefe conhecido, nem uma ideologia clara. No lado difuso, a influência espetacular jamais marcou tanto quase todos os comportamentos e objetos produzidos socialmente. Porque o sentido final do espetacular integrado é o fato de ele ter se integrado na própria realidade à medida que falava dela e de tê-la reconstruído ao falar sobre ela. Agora essa realidade não aparece distante dele como coisa estranha. Quando o espetacular era concentrado, a maior parte da sociedade periférica lhe escapava; quando era difuso, uma pequena parte; hoje nada lhe escapa. “O espetáculo confundiu-se com toda a realidade, ao irradiá-la”. Como era teoricamente previsível, a experiência prática da realização sem obstáculos dos desígnios da razão mercantil logo mostrou que, sem exceção, “o devir-mundo da falsificação era também o devir-falsificação do mundo” (Debord, 1997, p. 172-173. Destaques nossos).

Como diz: “A mudança de maior importância, em tudo o que aconteceu há vinte anos, reside na própria continuidade

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

do espetáculo” (Idem, p. 171). Agora, são passados mais de vinte anos dos próprios *Comentários* e o governo do espetáculo reina sozinho na falsificação do conjunto da produção e da percepção.

Essa nova forma de poder espetacular possui cinco características gerais. Na verdade, cinco consequências práticas, pois ele estava preocupado em apontar constatações reais (“registrar o que é”; resultantes da “expansão rápida do espetáculo nos últimos vinte anos” – Idem, p. 169) e não apenas momentos teóricos, quais sejam: inovação tecnológica (acentuada após a Segunda Guerra Mundial); fusão econômico-estatal; segredo generalizado; mentira sem contestação e presente perpétuo (três últimos aspectos que são efeitos diretos do segundo registro).

O segundo registro, a fusão econômico-estatal:

É a tendência mais manifesta do século XX; ela se tornou o motor do desenvolvimento econômico recente. A aliança – defensiva e ofensiva – firmada entre essas duas forças, a economia e o Estado, garantiu-lhes os maiores ganhos comuns em todos os domínios: pode-se dizer que cada uma das duas possui a outra; é absurdo opor uma à outra, ou fazer uma distinção entre suas razões e desrazões. Essa união também se mostrou muito favorável ao desenvolvimento da dominação espetacular, que, desde sua formação, não era outra coisa (Debord, 1997, p. 175).

Elas apontam para outras características/consequências práticas mais específicas: excessos midiáticos;⁹ destruição da

⁹ Sobre o tema cf. Coan, E. I. (2011). “A informação como mercadoria e a estetização da notícia na sociedade contemporânea”. *Estudos de Sociologia*, v. 16, p. 19-35, no qual há algumas ilustrações de “excessos midiáticos” internacionais e brasileiros, com ref. bibl. específica sobre o assunto; e Coelho, C. N. P. (2011). “Mídia e poder na sociedade do espetáculo”. *Cult*, p. 59-61, já ao ensejo da eleição da Presidente Dilma Rousseff.

história; esvaziamento das reputações pessoais (verdade bibliográfica) e do espaço público (características estas que serão tratadas a partir da ilustração no próximo item); “perfeição frágil”; especulação/máfia.

Quanto às duas consequências práticas por fim mencionadas:

Quando atingiu o estágio do espetacular integrado, a sociedade que se declara democrática parece ser considerada em toda parte como a realização de uma “perfeição frágil”. Assim, ela não deve ser exposta a ataques, porque é frágil; e já não é atacável, por ser perfeita como nenhuma outra sociedade o foi. É uma sociedade frágil porque tem grande dificuldade para dominar sua perigosa expansão tecnológica. Mas é a sociedade perfeita para ser governada; a prova disso é que todos os que aspiram ao governo querem governar essa sociedade, com os mesmos procedimentos, e mantê-la quase exatamente como ela é. É a primeira vez, na Europa contemporânea, que nenhum partido ou fragmento de partido tenta ao menos expressar a pretensão de mudar alguma coisa importante. A mercadoria já não pode ser criticada por ninguém: nem como sistema geral, nem como esses trastes que os chefes de empresa acharam conveniente colocar por enquanto no mercado. Em toda parte onde reina o espetáculo, as únicas forças organizadas são as que querem o espetáculo. Logo, nenhuma pode ser inimiga do que existe, nem transgredir o “omertà” que tudo envolve. Liquidaram com a inquietante concepção, que predominava por mais de duzentos anos, segundo a qual uma sociedade podia ser criticada e transformada, reformada ou revolucionada. E isso não foi obtido com o aparecimento de argumentos novos, mas apenas porque os argumentos se tornaram inúteis. Por esse resultado é possível medir, mais que a felicidade geral, a força terrível

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

das redes da tirania. Nunca a censura foi tão perfeita. Nunca a opinião daqueles a quem ainda se faz crê, em alguns países, que continuam a ser cidadãos livres foi menos autorizada a se fazer ouvir, cada vez que se trata de uma escolha que vai afetar sua vida real. Nunca foi possível mentir com tão perfeita ausência de consequências. [...] No momento do espetacular integrado, ela (a máfia) reina como “modelo” de todas as empresas comerciais avançadas (Debord, 1997, p. 182-183 e 220, respectivamente. Destaques no original).

E:

As especulações do Estado de hoje referem-se mais às novas cidades e às auto-estradas, ao tráfego subterrâneo e à produção de energia eletrônica, à pesquisa petrolífera e aos computadores, à administração das redes bancárias e dos centros socioculturais, às modificações da “paisagem audiovisual” e às exportações clandestinas de armamento, à atividade imobiliária e à indústria farmacêutica, ao setor agroalimentar e à gestão dos hospitais, aos créditos militares e aos fundos secretos, sempre em expansão, que devem gerenciar os inúmeros serviços de proteção à sociedade (Debord, 1997, p. 184. Destaque no original).

Atualizadas ao contexto coevo, brasileiro, em particular: bancos, bolsa de valores (capitalismo especulativo) e mercado imobiliário (“servidão financeira”)¹⁰; indústria automobilística (em detrimento de um transporte público de qualida-

¹⁰ Ver sobre o assunto os artigos de *Hegemonia às avessas: economia, política e cultura na era da servidão financeira*. (2010) Oliveira, F. de; Braga, R.; Rizek, C. (Orgs.).

de e de um uso mais racional do ferroviário e fluvial); indústria do entretenimento e do esporte (a questão urbana¹¹ e as “cidades mercadorias” para Copa do Mundo e Jogos Olímpicos); pesquisa petrolífera (“pré-sal”); biotecnologia (“pirataria” na Amazônia brasileira); indústria farmacêutica (patente de medicamentos e produtos extraídos da Amazônia brasileira); agronegócio (soja produzida no Brasil), tecnologia da informação (o monopólio da “Microsoft”); tráfico de drogas;¹² crimes ambientais e aos direitos humanos (impunidade perante a ordem jurídica internacional); e desinformação (generalizada sobre tudo e circular pelos próprios veículos de comunicação de massa).¹³

Tudo isso influencia diretamente a política e seu processo, sob os ditames do neoliberalismo, no mundo e no Brasil.

O processo político brasileiro atual: algumas características

Como apontado, a análise feita por Debord em 1988 a respeito do poder espetacular corresponde ao momento do triunfo do neoliberalismo em escala mundial até os dias atuais. Ainda como visto acima, a despeito do advento da CF/88, por força desse apogeu neoliberal, com a defesa da liberdade de atuação para os grandes conglomerados empresariais, houve um retrocesso nas conquistas sociais dos trabalhadores e, em consequência, houve um enfraquecimento dos sindicatos e dos movimentos sociais, assim com dos partidos de esquerda.

Serve de ilustração de algumas características do processo político brasileiro atual, em caráter aleatório e para efeito de raciocínio indutivo, a aliança do PT com o PP de Paulo Maluf, na eleição municipal de São Paulo em 2012. Nas maté-

¹¹ Cf. Maricato, Erminia (2011). *O impasse da política urbana no Brasil*.

¹² Rubem Alves sustenta que a ineficiência repressiva do Estado atual só pode ter uma resposta: bons negócios (“Réquiem para um jardim” In: *Conversas sobre política*, p. 83).

¹³ Cf. nota sobre “excessos midiáticos” supra.

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

rias da *Folha de S. Paulo*, dos dias 19 e 20/06/2012, Caderno “Poder”, A4, foi noticiado que Fernando Haddad, candidato a prefeito pelo PT, selou apoio de Paulo Maluf e prometeu cargos na prefeitura, se fosse eleito. Para anunciar adesão à chapa petista, ex-prefeito e governador, Maluf, exigiu foto ao lado de Lula. A ex-prefeita Luiza Erundina deixou candidatura à vice de Haddad, mas seu partido PSB se manteve na coligação com tal partido, que, além dos já citados, tem o PC do B. Com isso, o candidato à prefeitura de São Paulo, Haddad, se colocava à frente de seu principal adversário, José Serra, da coligação PSDB/DEM/PR/PV, em cada bloco de 30 minutos do horário político (7min51s contra 6min43s) e número de propagandas de 30 segundos inseridas nos comerciais (112 contra 94).

Uma das características do processo político brasileiro atual, decorrente do poder espetacular integrado, conjugado com o neoliberalismo, é essa: a da espetacularização da política.

Como sustenta Cláudio Novaes Pinto Coelho:

O neoliberalismo modifica as características da ação política, transformando-a em espetáculo. [...] A relação entre os eleitores e os partidos/candidatos tornou-se uma relação mediada pelas imagens. ... A negação da diferença, da alteridade, faz-se presente com a consagração do pensamento único: particularmente os candidatos a cargos majoritários (prefeito, governador, presidente), mostram-se, com base em pesquisas de opinião, defensores das mesmas ideias (por exemplo, a defesa do combate à violência, ao desemprego).

As diferenças sociais – a existência de interesses sociais contraditórios – não são levadas em consideração pelos candidatos dos principais partidos políticos, que se apresentam como capazes de resolver os problemas sem a necessidade de transformações sociais. A “diferença” entre os candidatos é da mesma natureza da “diferença”

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

entre os produtos: uma ilusão socialmente necessária para a manutenção da ideologia de que a sociedade capitalista de consumo é uma sociedade democrática, baseada na liberdade de escolha (Coelho, 2003, p. 21-22. Destaques no original).

Os candidatos/mercadorias devem aparecer excessivamente na mídia para serem anunciados/vendidos. Daí que vale, como no caso, o conchavo para obtenção de maior tempo de exposição na mídia, esquecida a divergência política do passado entre os candidatos, como Paulo Maluf e Lula/Erundina (esta foi do PT).

É a própria destruição da história:

A construção de um presente em que a própria moda, do vestuário aos cantores, se imobilizou que quer esquecer o passado e dá a impressão de já não acreditar no futuro, foi conseguida pela “circulação incessante de informação”, que a cada instante retorna a uma lista sucinta das mesmas tolices, anunciadas com entusiasmo como novidades importantes, ao passo que só se anunciam pouquíssimo, e aos arrancos, as notícias de fato importantes, referentes ao que de fato muda. ... O primeiro intuito da “dominação espetacular era fazer sumir o conhecimento histórico geral”; e, em primeiro lugar, quase todas as informações e todos os comentários razoáveis sobre o passado recente. Uma evidência tão flagrante não precisa ser explicada. O espetáculo organiza com habilidade a ignorância do que acontece e, logo a seguir, o “esquecimento” do que, apesar de tudo, conseguiu ser conhecido. O mais importante é o mais oculto (Debord, 1997, p. 76 e 177 respectivamente. Destaques nossos).

Mesmo que a matéria jornalística aponte para a diver-

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

gência política que um dia existiu, “Aquilo de que o espetáculo deixa de falar durante três dias é como se não existisse. Ele fala então de outra coisa, e é isso que, a partir daí, afinal, existe” (Idem, p. 182) e assim como “O espectador é suposto ignorante de tudo, não merecedor de nada. Quem fica olhando, para saber o que vem depois, nunca age: assim deve ser o bom espectador” (Idem, p. 183). É a desinformação generalizada e permanente.

Isso leva, em primeiro lugar, ao esvaziamento das reputações pessoais (verdade bibliográfica):

Um aspecto do desaparecimento de todo conhecimento histórico objetivo se manifesta a propósito das reputações pessoais, que se tornaram maleáveis e corrigíveis à vontade por aqueles que controlam a informação, a que se colhe e também aquela, que é bastante diferente, que se divulga. [...] Já nem existe verdade bibliográfica incontestável (Debord, 1997, p. 180-181).

O fisiologismo, tipo de relação de poder político em que ações políticas e decisões são tomadas em troca de favores, favorecimentos e outros benefícios a interesses individuais, em detrimento do bem comum (no caso, houve promessa de Haddad a Maluf e a seus aliados de cargos na prefeitura, se eleito fosse), como outra característica do processo político brasileiro atual, permite esse tipo de aliança, como se desconsiderada uma “pesquisa bibliográfica” de um passado de divergências ideológicas entre os políticos.

Em consequência disso:

Já não existe mais “ágora”, comunidade geral; nem existem comunidades restritas a grupos intermediários ou a instituições autônomas, a salões ou cafés, aos trabalhadores de uma mesma empresa; nem nenhum lugar onde

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

o debate sobre as verdades que concernem àqueles que lá estão possa se liberar de modo durável da esmagadora presença do discurso midiático e das diferentes forças organizadas para substituí-lo (Debord, 1997, p. 181. Destaque no original).

Quando o ex-prefeito e governador da cidade de São Paulo, Paulo Maluf, declara “Não tem mais no mundo esquerda e direita”, esta frase dá bem conta de uma outra característica do processo político brasileiro atual, qual seja: a ausência de polarização, como se as ideologias tivessem acabado, ou de que, as que se estabelecem, são artificiais, e travam o debate público.¹⁴ Já não existe mais agora.

Há um desinteresse acentuado pela política, de modo que a manutenção do “status quo” espetacular integrado fica fácil pelo poder dominante, pois em período de eleições o que se tem é um índice de abstenção, brancos e nulos sempre muito alto. A frase mais ouvida é: “Por que votar, se os políticos são todos iguais?”. Nas eleições municipais de São Paulo de 2012 “O percentual de eleitores paulistanos que votaram em branco, nulo ou se abstiveram (29,3%) foi o maior desde 1996” (*Folha de S.Paulo*, 29/10/2012, Capa).

Se assim é quanto aos partidos políticos e quanto aos eleitores, por via reflexa, os movimentos sociais são neutralizados.

Tal sucede em razão de outra característica: a “hegemonia da pequena política”, na denominação de Carlos Nelson Coutinho. A partir de Antonio Gramsci, em *Cadernos do cárcere*:

¹⁴ Sobre isso ver Nobre, M. (2011). “O condomínio peemedebista. As polarizações artificiais que travam o debate público”. *Folha de S.Paulo*. “Ilustríssima”. 15/05/2011, p. 4-5; e Secco, L. (2012). “A crise do PSDB”. *Le Monde Diplomatique Brasil*, p. 12-13.

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

A grande política compreende as questões ligadas à fundação de novos Estados, à luta pela destruição, pela defesa, pela conservação de determinadas estruturas orgânicas econômico-sociais. A pequena política compreende as questões parciais e cotidianas que se apresentam no interior de uma estrutura já estabelecida em decorrência de lutas pela predominância entre as diversas frações de uma mesma classe política (política do dia a dia, política parlamentar, de corredor, de intrigas). Portanto, é grande política tentar excluir a pequena política do âmbito interno da vida estatal e reduzir tudo a pequena política (Gramsci, 2002, p. 21).

A hegemonia é entendida aí como “consenso passivo”, pois a adesão se dá a certos valores neoliberais ainda que nem sempre defendidos diretamente, a saber, o individualismo (ao se querer tirar vantagem em tudo), o privatismo (à convicção de que o Estado é mau gestor e tudo deve ser deixado ao livre jogo do mercado), a naturalização das relações sociais (o capitalismo pode até ter seus lados ruins, mas corresponde à “natureza humana”) etc.

Assim:

Existe hegemonia da pequena política quando a política deixa de ser pensada como arena de luta por diferentes propostas de sociedade e passa, portanto, a ser vista como um terreno alheio à vida cotidiana dos indivíduos, como simples administração do existente. ... Em situações “normais”, a direita já não precisa da coerção para dominar: impõe-se através desse consenso passivo, expresso entre outras coisas em eleições (com taxa de abstenção cada vez maior), nas quais nada de substantivo está posto em questão (Coutinho, 2010, p. 32. Destaque no original).

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

Como visto, como consequência prática desse “consenso passivo”, o que antes da onda neoliberal no mundo e no Brasil queria dizer ampliação dos direitos trabalhistas e sindicais, proteção social, controle e limitação do mercado, significa a partir de então cortes, restrições, supressão desses direitos e desse controle. Chama atenção:

As chamadas “reformas” da previdência social, das leis de proteção ao trabalho, a privatização das empresas públicas etc. – “reformas” que estão atualmente presentes na agenda política tanto dos países capitalistas centrais quanto dos periféricos (hoje elegantemente rebatizados de “emergentes”) – têm por objetivo a pura e simples ‘restauração’ das condições próprias de um capitalismo “selvagem”, no qual devem vigorar sem freios as leis do mercado (Coutinho, 2010, p. 37. Destaques no original).

No Brasil:

Infelizmente, a chegada do PT ao governo federal em 2003, longe de contribuir para minar a hegemonia neoliberal, como muitos esperavam, reforçou-a de modo significativo. A adoção pelo governo petista de uma política macroeconômica abertamente neoliberal – e a cooptação para essa política de importantes movimentos sociais ou, pelo menos, a neutralização da maioria deles – desarmou as resistências ao modelo liberal-corporativo e assim abriu caminho para uma maior e mais estável consolidação da hegemonia neoliberal entre nós. [...] consolidou definitivamente o predomínio entre nós da hegemonia da pequena política. ... Esse tipo de hegemonia se manifesta no fato de que a disputa política entre nós tem se reduzido a um bipartidarismo efetivo, ainda que

O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

não formal centrado na alternância de poder entre um bloco liderado pelo PT e outro pelo PSDB, que não só aplicam a mesma política econômica e social, mas também praticam métodos de governo semelhantes, que não recuam diante de formas mais ou menos graves de corrupção sistêmica. [...] o principal desafio da esquerda hoje é recolocar a grande política na ordem do dia, único modo de quebrar a hegemonia da pequena política na ordem e, portanto, do capitalismo em sua forma atual, e da servidão financeira (Coutinho, 2010, p. 42-43).

A crise do capitalismo mundial de 2008¹⁵ para cá evidencia que a luta de classes continua a existir e que o mercado por si só não deve se manter tão livre no seu jogo e que o Estado não é tão mau gestor/interventor como a ideologia neoliberal reinante quer fazer crer.

Atualmente, no calor das eleições à presidência dos EUA, polarizada entre o candidato à reeleição, o democrata Barack Obama, e o republicano, o candidato Mitt Romney, as questões, defendidas por parte daquele, da arrecadação de impostos para saúde pública norte-americana, que se notabiliza a tal fim em armamento pesado para seu intento sempre beligerante, e da intervenção estatal nos bancos, após o colapso especulativo-financeiro do banco “Lehman Brothers”. São questões que parecem, ao menos para a política interna norte-americana, ir além da “pequena política”.

No Brasil, o PAC e o Bolsa Família do governo petista, por exemplo, todos mantidos pelo da presidente Dilma Rousseff (o primeiro da qual ela é considerada a “mãe”), são programas que: um, tem uma visão dos setores estratégicos em que a burguesia terá que investir com o BNDES (banco público), com

¹⁵ Cf. Harvey, David. *O enigma do capital e as crises do capitalismo*. São Paulo: Boitempo, 2011.

nítida proteção do Estado; outro, traduz-se em transferência de renda e emergência de “uma nova classe média” para a sociedade de consumo “neoliberal” (embasado no crédito, dígitos de passagem). E a Economia ser tratada como uma questão de especialistas, e não de política é outra característica do processo político brasileiro atual.

São programas reveladores ainda da “hegemonia da pequena política”? Sim, porquanto, “de cima para baixo”, “dentro da ordem”, de modernização conservadora, de mudanças sem rupturas estruturais, sem participação popular etc. Mas, ao menos revela um programa social com resultados em lugares sempre esquecidos por outros governos, como nas pequenas localidades do interior nordestino e na vasta região amazônica.¹⁶

Diante de todo o exposto sobre algumas características do processo político brasileiro atual, como constatações reais ou consequências práticas, somado ao colocado no item anterior deste artigo, sobre a consolidação da sociedade capitalista brasileira, os argumentos de Debord a respeito da integração das formas de poder espetaculares anteriormente existentes – a concentrada e a difusa – podem ser vistos como uma contribuição para compreensão da sociedade brasileira contemporânea, desde que seja levada em consideração a seguinte ressalva, como sustenta Cláudio Novaes Pinto Coelho: “As formas de manifestação do poder espetacular devem ser analisadas conforme suas manifestações particulares, em formações socioeconômicas específicas” (Coelho, 2006, p. 29).

O desafio teórico-metodológico será sempre o da pesquisa histórica, para “investigar a sociedade do espetáculo no contexto brasileiro (passado e presente) e resgatar os vínculos do conceito de sociedade do espetáculo com a teoria crítica da sociedade” (Coelho, 2006, p. 29).

¹⁶ Cf. dados em Singer, A. (2010). “A história e seus ardis. O lulismo posto à prova em 2010”. *Folha de S.Paulo*. “Ilustríssima”. 19/09/2010, p. 4-5.

Considerações finais

Por que foi que cegamos, não sei. Talvez um dia se chegue a conhecer a razão, queres que te diga o que penso, diz, penso que não cegamos, penso que estamos cegos, cegos que veem, cegos que, vendo, não veem (José Saramago, *Ensaio sobre a cegueira*, p. 310).

Este artigo versou sobre a sociedade brasileira contemporânea, numa investigação de seu processo histórico na perspectiva da Sociedade do Espetáculo.

Num primeiro momento, o presente trabalho aplicou os conceitos de Guy Debord sobre as formas de poder espetacular concentrado e difuso, expostas em *A Sociedade do Espetáculo*, em 1967, ao assumirem uma feição mista no período do regime militar dos “anos de chumbo” e do “milagre brasileiro”, entre 1969 e 1974, na consolidação da sociedade capitalista brasileira, com o golpe de 1964, conforme, em linhas gerais, o ensaio de interpretação sociológica de Florestan Fernandes em *A revolução burguesa no Brasil*.

Depois, este estudo expôs algumas características do processo político brasileiro atual, no que se refere à forma de poder espetacular integrado, este em correspondência com a adoção explícita do modelo neoliberal neste país, desde o início da década de 1990, com confirmação das assertivas aqui expostas por Guy Debord, extraídas de seus *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo*, de 1988.

Foi aqui observado, de conformidade com matéria jornalística a título ilustrativo e para efeito de raciocínio indutivo, que ocorre uma espetacularização da política, em que a relação entre os eleitores e os partidos/candidatos tornou-se uma relação mediada pelas imagens, particularmente quando a eleição é para cargo majoritário, prefeito da cidade de São Paulo no caso, cujo fisiologismo é imperativo para obtenção

de cargos e maior tempo na televisão, em detrimento de programas de governo com vistas a transformações sociais. Com isso, tem-se a própria destruição da história política dos candidatos, em razão da qual ocorre um esvaziamento de suas reputações pessoais, com a desconsideração de suas “verdades bibliográficas” relativas um passado de divergências ideológicas entre si, já que os conchavos permitem toda sorte de coligações para os fins anteriormente mencionados. A consequência disso é que já não existe mais ágora. E, sem que haja debate público, é como se as ideologias tivessem acabado. Há, por via reflexa, um desinteresse acentuado dos cidadãos pela política e uma neutralização dos movimentos sociais. A isso tudo, a partir da conceituação de Antonio Gramsci, dá-se o nome de “hegemonia da pequena política”. Um “consenso passivo” se estabeleceu no sentido de que a política é um terreno alheio à vida cotidiana dos indivíduos. O índice de abstenção, votos nulos e brancos nas últimas eleições expressa tal desinteresse ou insatisfação com o que existe.

Desinteresse há, é fato. Insatisfação, mais ainda. A crise do capitalismo mundial de 2008 para cá evidencia que a luta de classes continua a existir e que o mercado por si só não deve se manter tão livre no seu jogo e que o Estado não é tão mau gestor/interventor como a ideologia neoliberal reinante quer fazer crer.

Os fenômenos estruturais da sociedade capitalista são os objetos de análise da teoria crítica. Foi por meio desta ferramenta metodológica, como pesquisa histórica, que este artigo examinou a formação socioeconômica específica brasileira e seu processo político atual.

Referências

ALVES, Rubem. Réquiem para um jardim. In: **Conversas sobre política**. Campinas, São Paulo: Verus, 2010, p. 80-83.

ARANTES, Paulo Eduardo. 1964. O ano que não terminou. In: TELES, E; SAFATLE, V. (Orgs.). **O que resta da ditadura: a exceção brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2010, p. 205-236.

COAN, Emerson Ike. A informação como mercadoria e a estetização da notícia na sociedade contemporânea. **Estudos de sociologia**, v. 16, 2011, p. 19-35. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/3885/3567>>. Acesso em: dez. 2013.

COAN, Emerson Ike. Os quarenta anos do álbum ‘Clube da Esquina’: resistência política e inovação musical na Sociedade do Espetáculo brasileira. *Histórica*. **Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo**, n. 54, jun. 2012. Disponível em: <<http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br>>. Acesso em: dez. 2013.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Publicidade: é possível escapar?** São Paulo: Paulus, 2003.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. A indústria cultural, a publicidade e a consolidação da hegemonia burguesa no Brasil. **Communicare**, v. 4, n. 2, São Paulo: Cásper Líbero, 2004, p. 29-39.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Em torno do conceito de sociedade do espetáculo. In: COELHO, C.N.Pinto.; CASTRO, V. J. de (orgs.). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006, p. 13-30.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Mídia e poder na sociedade do espetáculo. **Cult**. São Paulo, p. 59-61, 08 fev. 2011.

COUTINHO, Carlos Nelson. A hegemonia da pequena política. In: OLIVEIRA, F. de; BRAGA, R.; RIZEK, C. (Orgs.). **Hegemonia às avessas: economia, política e cultura na era da servidão financeira**. São Paulo: Boitempo, 2010, p. 29-43.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERNANDES, Florestan. **A revolução burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica**. 5. ed. São Paulo: Globo, 2006.

FERNANDES, Florestan. **Que tipo de república?** 2. ed. São Paulo: Globo, 2007.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. v. 3. ed. e trad. de C. N. Coutinho. co-ed. Luiz Sérgio Henriques e Marco Aurélio Nogueira. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

HARVEY, David. **O enigma do capital e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

HORKHEIMER, Max. Teoria tradicional e teoria crítica. In: **Os Pensadores**. São Paulo: Abril, v. XLVIII, 1975, p. 125-162.

MARICATO, Erminia. **O impasse da política urbana no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2011.

MASCARO, Alysson Leandro. **Crítica da legalidade e do direito brasileiro**. São Paulo: Quartier Latin, 2003.

NOBRE, Marcos. O condomínio peemedebista. As polarizações artificiais que travam o debate público. **Folha de S.Paulo**. Ilustríssima. 15/05/2011, p. 4-5.



O poder espetacular integrado no processo político brasileiro atual

SECCO, Lincoln. A crise do PSDB. **Le monde diplomatique Brasil**. Abril 2012, p. 12-13.

SINGER, André. A história e seus ardis. O lulismo posto à prova em 2010. **Folha de S.Paulo**. Ilustríssima. 19/09/2010, p. 4-5.

ZAVERUCHA, Jorge. Relações civil-militares: o legado autoritário da Constituição brasileira de 1988. In: TELES, Edson & SAFATLE, Vladimir (Orgs.). **O que resta da ditadura: a exceção brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2010, p. 41-76.





O LULISMO, MITO E POLÍTICA: A INFLUÊNCIA DE LULA EM CAMPANHAS ELEITORAIS¹

Jaime Carlos Patias

As nações precisam de mitos e os criam, e deles se servem, porque nos mitos se fundem ideologias e aspirações que, delineando visões de mundo, movimentam os imaginários sociais. Pela trajetória de retirante nordestino e operário sindicalista em São Paulo que chega a presidência da República, um desses mitos no cenário político brasileiro é, sem dúvida, Luiz Inácio Lula da Silva. Essa condição de mito dá origem ao fenômeno sociopolítico que alguns analistas, como André Singer, chamam de “lulismo”. Para o sociólogo, que foi porta-voz e secretário de Imprensa do governo Lula (2003-2007), a reeleição do ex-torneiro mecânico marcou a consolidação desse fenômeno.²

¹ Trabalho apresentado em outubro de 2012, no II Seminário Comunicação e Política na Sociedade do Espetáculo, sobre Campanhas Eleitorais e Processo Político na Sociedade do Espetáculo, organizado na Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo, pelo Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo, sob a coordenação do Prof. Dr. Cláudio N. Pinto Coelho.

² Singer, A. *Os sentidos do Lulismo: reforma gradual e pacto conservador*. São Paulo, Companhia das Letras, 2012.

O Lula é o Lula, mas o lulismo vai além da figura física sobre a qual está montado. O ex-pobre e retirante que se fez líder sindical e popular nos tempos da resistência contra a ditadura foi colocado no centro de processos coletivos que produziram abalos nas relações de forças de nossa sociedade. Para alguns analistas, o que existe hoje é o lulismo como tivemos o getulismo como líder revolucionário em 1930 e popular populista 1951. Para outros, contudo, Lula é uma figura efêmera, passageira que não chega a ter a influência que parece ter. O tempo dirá qual visão prevalecerá.

O certo é que ao final de oito anos de mandato presidencial, Lula atinge 85% de aprovação popular e carrega consigo a representação simbólica de um considerável poder político individual. Em função deste poder, e para o seu contínuo fortalecimento, age estrategicamente, há décadas, nos espaços populares como um sujeito sedutor com características de mito.³ O cientista político Octaciano Nogueira, da Universidade de Brasília observa que no Brasil, a criação de um mito dentro de um regime democrático é uma situação inédita. Desde Getúlio Vargas não há um fascínio com um líder carismático.

Como mito, Lula não pode ser tocado, coloca-se acima de qualquer lei e acima dos demais mortais. O mito não mente. Paradoxalmente, isso lhe permite apossar-se da liberdade de mentir, e de usá-la, sempre que convier. Isso talvez explique a blindagem que vem recebendo e que fez com que, muitos casos de corrupção e escândalos não chegassem a atingi-lo diretamente.

³ Convém recordar a definição de mito. No dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, mito é definido como “construção mental de algo idealizado, sem comprovação prática” (Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, Instituto Antônio Houaiss, Rio de Janeiro, 2001). No Aurélio, mito é “pessoa, fato ou coisa real valorizados pela imaginação popular....” O mito do presidente dos pobres poderia servir para definir Lula.

“Esse menino vai longe”

A predição é atribuída por Audálio Dantas à dona Lidú, mãe de Lula, no livro *O Menino Lula: a história do pequeno retirante que chegou à Presidência da República* (Ediouro, 2009). O livro narra a pobreza dramática em que se deu o nascimento e o crescimento do menino Luiz Inácio da Silva e na síntese que fecha a obra Audálio escreveu.

Quando prenderam Lula (em 1980), ela estava muito doente, tanto que ele (Lula) conseguiu uma autorização para visitá-la no hospital. Dona Lidú recomendou cautela ao filho. [...] Ao mesmo tempo, sentia um grande orgulho dele. As lembranças lhe passaram rapidamente pela cabeça: o abandono no sertão, a viagem no pau de arara, as humilhações impostas pelo marido, a brutalidade dele com os filhos, a fuga para São Paulo, a luta para manter a família.

Mais tristezas do que alegrias. Porém, no meio de tudo uma cena de intensa luz e alegria. O Lula matriculado no Senai, estudando para ser um operário bem-preparado. Naquele dia, disse para si mesma: ‘Esse menino vai longe’ (Chaparro, 2010).⁴

E essa profecia se concretizou, conforme a sua conhecida trajetória de vida. O filho do sertão pernambucano que comia feijão com farinha sob o sol escaldante de Garanhuns antes de se tornar engraxate nas ruas de Santos, venceu. O diploma recebido em 1963 de torneiro mecânico o levou ao núcleo da classe operária brasileira, os metalúrgicos. Em 1966, entra para o Sindicato e em 1972 é eleito primeiro secretário; e de 1975 a 1978, é duas vezes Presidente do Sindicato. Em 1980,

⁴ O recorte é de Carlos Chaparro em seu artigo “Busca e desfrute do poder” publicado no Blog “O Xis da Questão” Disponível em: <www.oxisdaquestao.com.br>. Acesso em: nov. 2010.

Lula cria o Partido dos Trabalhadores (PT). Em 1983, participa da fundação da Central Única dos Trabalhadores (CUT). No ano seguinte, o PT está na origem da campanha pelas “Diretas Já”, para Presidente.

Lula foi preso em 1980, por comandar greves. Quando estava na prisão morreu sua mãe. As rádios, jornais e televisão dão destaque à prisão. Ao ser libertado, depois de 31 dias, é recebido com festa. Essa cena serve para torná-lo conhecido em todo o Brasil. A criação do PT, da CUT e a participação das “Diretas Já”, dão-lhe projeção e destaque nacional sendo que, desde sua prisão, os meios de comunicação repercutem tudo que ele fala, faz ou é atingido. Foram mais de 20 anos, incluindo as várias disputas eleitorais, em atitudes que contribuíram para reforçar a sua imagem de homem simples e trabalhador, líder dos pobres, e defensor da causa operária, culminando com sua eleição em 2002.

Lula em campanhas eleitorais

- 1982 - Governo de São Paulo (não se elege)
- 1986 - Deputado Constituinte eleito
- 1989 - Presidente da República x Collor (eleito)
- 1993 - Presidente x Fernando Henrique Cardoso - FHC (eleito)
- 1997 - Presidente x FHC (reeleito)
(O PT descobre que é preciso mudar de estratégia).
- 2002 - Presidente (eleito) x Serra
- 2005 - Presidente (reeleito) x Alckmin
- 2010 - É decisivo na eleição de Dilma

Conforme podemos ver, Lula disputou e polarizou todas as eleições presidenciais depois da ditadura, ganhou as duas últimas e elegeu como sucessora uma estreante em disputas eleitorais, a Presidente Dilma Rousseff. Candidata sem passado nas urnas, indicada por Lula obteve 47% dos votos válidos

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

no primeiro turno e 56% no segundo, imitando a votação obtida pelo próprio Lula em 2002 (47% e 61%, respectivamente no primeiro e segundo turno) e em 2006 (49% e 61%).

Os ideais socialistas

A mitologia que envolve Lula tem fundamentação marxista, ideologia que enxerga na classe operária a redenção da humanidade, a única com capacidade para abrir as portas do “paraíso terrestre”. Dotado de talentos demagógicos de comando e muita energia, rapidamente se tornou não só o líder sindical mais importante da história operária brasileira, mas também o maior condutor de massas que o Brasil já conheceu. E tais talentos lhe deram asas de mito.

Quem conduz massas com poderes discursivos de mito, como mito subsiste e se fortalece na medida em que constrói utopias e as espalha, no espaço abstrato do imaginário social. Por exemplo, a utopia do povo no poder, na qual milhões de brasileiros acreditaram ao eleger Lula como Presidente. Ou a utopia de que o Brasil se tornou “um país de todos”, transformado em slogan de governo.

Na opinião do professor e jornalista Carlos Chaparro, para entendermos Lula é necessário ligar o mito à utopia: o mito sobrevive na contínua retomada de um tempo passado; a utopia, por sua vez, coloca-se como ilusão idealizada para o futuro.

O poder político pessoal de Lula é exercido e sustenta-se pela sua capacidade de fomentar, organizar e conduzir massas. E um condutor de massas vitorioso, em especial depois de agregar ao seu nome a significação de mito no imaginário social, caracteriza-se pela liderança capaz de homogeneizar indivíduos e grupos seguidores (Chaparro, 2010).⁵

⁵ Chaparro, C. *Construtor de utopias*. Blog “O Xis da Questão” Disponível em: <www.oxisdaquestao.com.br>. Acesso em: nov. 2010.

De fato, toda a trajetória do operário que virou presidente da República está em sintonia com esse roteiro e suas características.

Lula conseguiu fazer uma política distributiva em favor dos mais pobres sem confrontar a ordem macroeconômica capitalista neoliberal, o que lhe garantiu dois mandatos e a continuidade do PT e seus aliados no poder. Com isso, diante da crise sistêmica, Lula salvou o capitalismo brasileiro e no final do segundo mandato consegue ostentar uma espantosa popularidade. Estes são elementos que definem o florescimento do lulismo.

Qual foi a sacada de Lula

O sociólogo André Singer, em seu livro *Os sentidos do lulismo*, obra que analisa as “Raízes sociais e ideológicas do lulismo”, afirma que a “grande sacada” de Lula foi a percepção de que havia uma janela de oportunidade para fazer uma política distributiva, mesmo mantendo a orientação macroeconômica que vinha do governo anterior. (em 3 pilares: metas de inflação, câmbio flutuante e elevação do superávit primário (4,25 %) nas contas públicas). Para Singer, a continuidade com o governo FHC foi decisão política ideológica para a manutenção da ordem, que além de evitar guerra de classes por parte da burguesia, agradou também os mais pobres. *Isso não estava na previsão de ninguém* (Singer, 2012, p. 74-75).

Nunca na história dos mais humildes o Estado olhou tanto para eles. Essa é a base de sustentação do mito Lula.

Logo no início da sua obra, André Singer, afirma que:

O lulismo existe sob o signo da contradição. Conservação e mudança, reprodução e superação, decepção e esperança num mesmo movimento. É o caráter ambíguo do fenômeno que torna difícil a sua interpretação. No entanto, é preciso arriscar os sentidos, as resultantes das

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

forças em jogo, se desejamos avançar a compreensão do período. Faço a minha aposta principal em forma de pergunta: a inesperada trajetória do lulismo incidirá sobre contradições centrais do capitalismo brasileiro, abrindo caminho para colocá-las em patamar superior? (2012, p. 9).

Segundo o sociólogo;

Teria havido, a partir de 2003, uma orientação que permitiu, contando com a mudança da conjuntura econômica internacional, a adoção de políticas para reduzir a pobreza - com destaque para o combate à miséria - e para a ativação do mercado interno, sem confronto com o capital (Ibid, p. 13).

Isso acontece com um realinhamento das forças políticas em 2002: o subproletariado⁶ adere em bloco a Lula (situação) e a classe média ao PSDB (oposição). Antes o subproletariado era mobilizado pela direita contra a esquerda, agora essa classe está com Lula que aglutina um poder simbólico. A crise do “mensalão” (ação penal 470, escândalo político envolvendo o PT em 2005) teria contribuído para esse realinhamento.

Em síntese, o lulismo é um movimento informal que aparece entre 2002 e 2006 e que tem como característica responder a um conjunto de políticas públicas que, vistas de maneira unificada, conformam um programa político que atende a uma base social (subproletariado) e que acabou traduzindo-se em votos. Esse fenômeno se manifestou de maneira clara, na eleição de 2006, no momento em que determinados setores que,

⁶ Subproletariado: aqueles que oferecem a sua força de trabalho no mercado sem encontrar quem esteja disposta a adquiri-la por um preço que assegure sua reprodução em condições normais (Paul Singer - 1980). Os que têm renda per capita de até um salário mínimo e metade dos que tinham renda até dois salários mínimos per capita.

tradicionalmente, apoiavam o PT (classe média) com a crise do “mensalão”, afastam-se e esse novo setor (subproletariado - milhões de pessoas excluídas das relações de consumo e trabalho) configura-se como principal suporte eleitoral das candidaturas Lula.

De acordo com Singer, o subproletariado reconhece, na fórmula lulista, um Estado capaz de ajudar os mais pobres sem confrontar a ordem – deu-lhe suporte para avançar, acelerando o crescimento com redução da desigualdade no segundo mandato e, assim, garantindo a vitória de Dilma em 2010 e a continuidade do projeto para, pelo menos, até 2014. Isso mostra que o povo prefere um Estado paternalista e reformas, abrindo mão da ruptura. No ano de 2010 ocorreu o ápice do lulismo quando Lula, sem ser candidato, foi a figura central do processo eleitoral com os principais candidatos, até mesmo os adversários, tentando associar-se à sua trajetória. Serra, por exemplo, ensaiou um “Zé lá”, em alusão ao “Lula lá”.

O uso da imagem

O lulismo vai além da figura física de Lula sobre a qual está montado. Isso se dá no uso da sua imagem utilizada com frequência em todo o país. Em alguns casos, essa superexposição não resultou em voto, como ficou comprovado.

Em 2010, os responsáveis pela campanha da Dilma tiveram de cuidar com a dosagem: muita exposição ofuscava a Candidata; pouca fazia a Dilma cair nas pesquisas, o que revelou certa dependência. Na campanha de Fernando Haddad à Prefeitura de São Paulo, em 2012, Lula muitas vezes foi retratado como protagonista. A questão toda está em torno da imagem do Lula, que é apresentado como aquele que está tentando fazer as coisas darem certo. Dessa imagem, até a oposição tenta tirar proveito.

Uma série de medidas macroeconômicas de sentido distributivo, reforçam a imagem de Lula como mito:

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

- o salário mínimo que, nos oito anos de governo Lula, teve 50% de aumento real;
- um aumento do emprego formal;
- as transferências de renda através de programas sociais como o Bolsa Família (para 50 milhões de pessoas), Bolsa Escola, Luz para todos, Minha casa minha vida - tirou 28 milhões da miséria e fez outros 40 milhões escalam à classe C (Vale lembrar que 16 milhões de pessoas ainda vivem em pobreza extrema);
- O Programa Universidade Para Todos (Prouni) e o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), resultando num aumento de 62% nas matrículas;
- a expansão do crédito para as camadas de baixa renda, onde inclui o crédito consignado, o crédito para a agricultura familiar, o microcrédito, a bancarização dos cidadãos de baixa renda, que aqueceu a economia local;
- o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC 1 e 2);
- a estabilidade econômica com um crescimento de 37%, contra 20% dos anos 1994-2002. Os lucros dos grandes bancos explodiram 420% no governo Lula;
- na política externa, sem romper com o mundo desenvolvido, ampliou as relações com países emergentes, entre outras medidas. Lula assumiu a condição de líder regional. A Unasul (União das Nações Sulamericanas), criada sob o impulso de Brasília, conseguiu substituir a OEA (Organização dos Estados Americanos) na resolução de conflitos regionais.

Na opinião de Francisco de Oliveira, um dos autores de *Hegemonia às avessas*, (São Paulo, Boitempo, 2010) são justamente essas ações que reforçaram a imagem de Lula como condutor e mito.

Há também uma série de fracassos que não chegam a impactar ao ponto de arranhar de forma consistente a figura de Lula.

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

- o abandono do Projeto popular de governo com as mudanças necessárias;
 - não foi capaz de implementar reformas estruturais consistentes, tais como reforma agrária, política, educacional, previdenciária, fiscal. Houve apenas reformismo fraco;
 - apesar de combater atos ilícitos com operações espetaculares da Polícia Federal, falhou em combater a corrupção;
 - na saúde, em termos de gestão, não houve avanço significativo;
 - facilitou o aprofundamento do neoliberalismo e a expansão das políticas sociais enfraqueceram os movimentos sociais e sindicatos que se associaram ao Estado e, até mesmo, passaram a fazer parte do aparelho do Estado perdendo o caráter oposicionista de pressão;
 - o enfraquecimento dos partidos privilegiando o culto à personalidade e o estrelismo;
 - o PT também se rende ao centralismo, caciquismo, coronelismo e personalismo. A tese de que os partidos é que devem ser valorizados e não as pessoas foi sendo deixada de lado;
 - o PT foi engolido por Lula, é ele quem decide tudo passa por ele, do presidente do partido às escolhas de candidatos;
 - na campanha eleitoral de 2006, o PT abandona o vermelho e minimiza a estrela;
 - destaca-se o voto mais na pessoa do Presidente e menos no partido;
 - a campanha se distancia do partido;
 - o “Bolsa Família” vira “dinheiro que vem do Lula”;
 - Lula foi blindado não só por membros de seu partido, mas também pela oposição;
 - na política externa, apesar de ampliar as alianças, deixou de lado o MERCOSUL;
- A lista é longa...

Lula e a imprensa

Antes, durante e depois da presidência, Lula sempre foi alvo da mídia. Paradoxalmente, ao tentar demonizá-lo, a própria mídia o endeusa. Os ataques aumentam a sua identificação com o povo humilde, patrimônio eleitoral, que parece responder: “mexeu com Lula, mexeu comigo”. Lula chegou a se vangloriar de nunca precisar pedir para almoçar na Redação de um jornal ou televisão em troca de favores. Fez questão de afirmar que não é ele que precisa de favores, mas a Imprensa que precisa dele. Em especial, nas campanhas eleitorais, fica evidente a partidarização da grande mídia em suas reportagens e “notas de opinião”. A campanha dos jornais não mira só atacar os candidatos do PT e seus aliados, mas a figura de Lula como líder nacional e internacional. Isso reforça a importância que se dá à influência do ex-presidente nas eleições, tornando-se uma figura central nos debates.

Uma nova classe média?

A Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE) divulgou, no mês de maio de 2012, um estudo que estabelece novos critérios para a identificação da classe média brasileira (baixa, média e alta). É composta por famílias com renda per capita entre R\$ 291 e R\$ 1.019, segundo a renda em 2009.

Os pobres, (classe baixa), dividem-se em “extremamente pobres”, “pobres” e “vulneráveis”.

De acordo com os critérios adotados, a classe média brasileira cresceu 10 pontos percentuais, de 2001 a 2009, passando de 38% da população para 48%. E até o final de 2012, a estimativa era que a classe média representaria 54% dos brasileiros.

Na verdade, essa “nova classe” não deveria ser considerada classe média, por que o padrão, o estilo de vida e a cultura não correspondem à classe média tradicional. Mas o discurs-

so emplacou. Por outro lado, é uma espécie de classe média porque está entre a classe média tradicional e o subproletariado. Isso, de fato, representa uma mudança social importante. Conforme se percebe, as “novas classes médias” foram forjadas a partir da referência do consumo, pelos números do consumo de bens duráveis, fortemente estimulado pelo crédito fácil. Ou seja, pela energia capitalista do endividamento e não da cidadania. Para ilustrar o fenômeno, Celso Russomanno, “patrulheiro” que assustou mas não levou nas eleições para Prefeito da capital paulista, está ligado à defesa do consumidor, classe formada no governo Lula.

A propósito disso, o psicanalista Tales Ab´Sáber, em seu livro *Lulismo, carisma pop e cultura anticrítica* (São Paulo, Hedra, 2011) observa que, pelo menos como significante, um dos maiores atos pró-direita do governo Lula foi eliminar o significado da concentração de renda brasileira. “Assim, no deslocamento significativo e ideológico brasileiro, miséria virou pobreza, pobreza virou classe média, e riqueza, para qualquer efeito político, deixou de existir” (2011, p. 29).

Ab´Sáber recorda ainda um outro fato de grande potencial simbólico ocorrido entre 2009 e 2010:

Com a falência adiantada, a partir de 2008, do capitalismo financeiro americano e europeu, o Brasil, se tornou um verdadeiro *hype* econômico e político global. Pela primeira vez na história deste país, o Brasil tornou-se ‘inteiramente contemporâneo’ do momento atual do capitalismo global que, em grande dívida consigo mesmo, não representava mais medida externa para países periféricos como o nosso. Em outras palavras, o capitalismo geral deu um grande passo na direção de sua brasilinização (2011, p. 29-30).

Enquanto a confiança nas empresas privadas e no governo nos EUA caiu, no Brasil aumentou consideravelmente

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

39% (2010) para 85% (2011). Isso reanimou o sistema neoliberal das mercadorias e o Brasil passa a ser uma pedra angular de um horizonte possível de recuperação da crise global. É bom lembrar que Lula foi à televisão dizer as palavras mágicas, encantadoras: “*todos deveríamos continuar consumindo, se possível, carros...*”. Ab´Sáber nota que esse movimento generalizado de consumo foi o motor da campanha à própria sucessão. O cenário comprova a mudança de direção empreendida pelo PT quando Lula decidiu que deveria ser presidente. Para que isso fosse possível não deveria mais haver confronto com o sistema dominante. De certa forma, Lula se tonou um grande presidente por que seguiu a receita do capital internacional. Assim, é interessante notar que, para o capitalismo, Lula e FHC tiveram o mesmo propósito: executar o programa neoliberal. A única diferença está no fato de que um vem por baixo e outro vem por cima.

“Ele é o cara”

Foi por sua retórica singular e potencial simbólico pop para a indústria cultural global que Lula virou “o cara” para um Obama em busca de referência diante da sua crise econômica e social. A afirmação do presidente dos EUA teve efeito enorme na acumulação do poder simbólico de um Lula que, desde que chegou ao governo, trabalhou constantemente para tornar-se símbolo, não mais local, mas agora global (cf. Ab´Sáber, 2011, p. 31).

Liquidando a oposição, mantendo as práticas políticas fisiológicas tradicionais brasileiras, roubando a base social real da direita, promovendo a inserção social de massa pela via estrita do consumo, exercendo seu carisma identificatório e pop com os pobres e com a indústria cultural global e servindo de modelo para o momento avançado da crise do capitalismo central, Lula simplesmente rapou a mesa da política nacional (Ab´Sáber, 2011, p. 31).

Além disso, no mesmo período o país descobriu o Pré-sal e foi brindado pelo mercado do fetichismo universal da mercadoria com uma Copa do Mundo e uma Olimpíada. “Como acontece no mundo da publicidade, também com Lula acontece uma prolongada propaganda que toda a mercadoria de ponta sempre tem” (Ibid, p. 32).

Em sua obra “Ensaio de Sociologia”, Max Weber aborda as relações sociais e percebe a dominação assentada em uma variedade de interesses, monopólios econômicos, dominação estabelecida na autoridade, ou seja, o poder de dar ordens. Weber acrescenta a cada tipo de atividade tradicional, afetiva ou racional um tipo de dominação particular. Segundo ele, as dominações são a oportunidade de encontrar uma pessoa determinada pronta a obedecer a uma ordem de conteúdo determinado. Entre os tipos de estruturas de dominação clássicas, Weber destaca a Carismática onde a autoridade é suportada graças a uma devoção afetiva por parte dos dominados. Para o pensador, ela assenta sobre as “crenças” transmitidas por profetas sobre o “reconhecimento” que, pessoalmente, alcançam os heróis e os demagogos durante as guerras e revoluções, nas ruas e nas tribunas, convertendo a fé e o reconhecimento em deveres invioláveis que lhes são devidos pelos governados. A obediência a uma pessoa se dá devido às suas qualidades pessoais. Não apresenta nenhum procedimento ordenado para a nomeação e substituição. Não há carreiras e não é requerida formação profissional por parte do “portador” do carisma e de seus ajudantes. Weber coloca que a forma mais pura de dominação carismática é o caráter autoritário e imperativo.⁷

Tales Ab´Sáber comenta Weber e destaca que o carisma é uma exceção.

⁷ Cf. Weber, M. Sociologia da autoridade carismática. In: *Ensaio de Sociologia*. Rio de Janeiro, Ed. Guanabara, 1982, p. 283-285.

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

Ele diz respeito ao líder ungido especialmente para a realização da missão, eleito pelo próprio destino, em um processo cujo fundo último resta essencialmente mítico, em última instância de origem transcendente, divina. [...] Sua base política fundamental é a convocação e o convencimento da comunidade de que ele é o escolhido, e não algum outro, para a realização da missão, e, segundo Weber, seu poder se confirma apenas na sua realização. Ou, em termos mais contemporâneos, ele é o cara (2011, p. 33-34).

A dominação carismática surge geralmente para interromper uma tradição e criar novas modalidades de domínio. Todo líder carismático almeja estabelecer uma nova ordem das coisas, utilizando uma mensagem nova e conceitos diferenciados da tradição. Contudo, Weber classifica a Dominação Carismática como sendo instável, pois nada há que assegure a perpetuidade da devoção afetiva ao dominador, por parte dos dominados. Essa condição abre a possibilidade da desconstrução do líder carismático transformado em mito.

Desconstrução do mito Lula

Numa série de opiniões publicadas em seu Blog “O Xis da Questão”,⁸ no mês de novembro de 2010, o professor e jornalista Carlos Chaparro defende a desconstrução do mito Lula. Para explicar recorre ao filósofo Jacques Derrida (1930-2004) quando afirma que desconstrução não quer dizer destruição, mas desmontagem para que, do objeto desconstruído, resulte outra coisa, em forma de explicação. “Trata-se, portanto, de desconstruir para gerar um conhecimento novo e uma nova capacidade de apreender e/ou atribuir significados”.

⁸ Disponível em: <www.oxisdaquestao.com.br>. Acesso em: nov. 2010.

Mesmo desconstruído, o mito Lula não será destruído porque carrega marcas históricas. Tudo indica que resistirá aos tempos, como discurso político de um ideário de poder popular. Chaparro lembra que o mito Lula tem fundações sólidas na história de um retirante herói que, em lutas sindicais e políticas, e depois de ajudar a derrubar a ditadura militar, tornou-se o primeiro operário a chegar pelo voto popular à Presidência de República. O mito se fortalece também na memória construída pelo sucesso do governo Lula na sustentação da economia, no enfrentamento da crise financeira mundial de 2008-2009, conforme citado anteriormente.

Contudo, Chaparro recorda que a desconstrução do mito Lula servirá também para expor a lacuna que mais deforma o discurso que o constitui: “a renúncia do Lula-Presidente aos deveres de defensor e propagador dos valores éticos”. O jornalista destaca quatro comportamentos e falas de Lula onde ele falta com o dever de educador cívico que se espera de um Presidente:

- 1) A sistemática defesa dos “companheiros” e “companheiras” acusados em ações de uso indevido de recursos públicos;
- 2) A exagerada e repetida exaltação do fato de ter chegado a Presidente da República apenas com estudos do nível primário - menosprezando o valor do estudo para a cidadania;
- 3) O silencioso beneplácito presidencial à concessão de passaportes diplomáticos a familiares;
- 4) A frase debochada dita no momento em que a Nação reagia escandalizada ao abusivo reajuste dos salários de congressistas (62%), presidente da República (134%), vice-presidente e ministros de Estado (149%), aprovado em regime de urgência, sem discussões, dia 15 de dezembro (de 2010). Ao tomar conhecimento da aprovação do aumento por parte do Congresso, Lula disse: E o

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

Lulinha aqui, ô!’[...] ‘O Lulinha não recebe porque é só para a próxima legislatura (Chaparro, 2010).⁹

André Singer chama a atenção para o “reformismo fraco” e argumenta que, ao excluir das propostas originais do PT aquilo que implicava enfrentar o capital, como por exemplo,

A tributação das fortunas, revisão das privatizações, redução da jornada de trabalho, desapropriação de latifúndios ou negociação de preços por meio dos fóruns das cadeias produtivas, o lulismo manteve o rumo geral das reformas previstas, mas aplicando-as de forma muito lenta (2001, p. 192-93).

Os programas sociais citados anteriormente inauguraram um ciclo reformista de redução da pobreza e da desigualdade, porém, um ciclo lento e, portanto, conservador. Contudo, foi através da formalização do emprego (10,5 milhões de postos de trabalho formais criados) que o reformismo fraco conteve a expansão do mercado, característica do período neoliberal. O reformismo fraco é lento quando observado na sua totalidade, mas quando observado desde o ângulo do subproletariado, sobretudo do nordestino é algo rápido e é isso que conta votos.

Cabo eleitoral disputadíssimo

O apoio de Lula foi determinante para eleger Dilma sua sucessora, mas tem se revelado insuficiente para deslanchar as candidaturas petistas e de aliados nas eleições municipais de 2012. Cientistas políticos, porém, não atribuem esse fenômeno a uma potencial queda na sua popularidade. A experiência mostra que, mesmo se tratando de um mito, a transferência de

⁹ Chaparro, C. *Construtor de utopias*. Blog O Xis da Questão. Disponível em: <www.oxisdaquestao.com.br>. Acesso em: nov. 2010.

votos não é automática: depende de conjunturas e é bem mais difícil acontecer em eleições municipais do que em uma eleição para presidente da República. Lula conseguiu transferir a sua popularidade para a presidente Dilma, que nunca havia disputado eleição. Mas eleição municipal está cercada de novos elementos, sobretudo locais que são mais determinantes.

O potencial de Lula de transferir votos é muito grande, mas a referência fundamental para o eleitor de prefeitos foi a avaliação da gestão de cada prefeitura. Onde a gestão era positiva, o candidato teve grandes chances de se reeleger ou eleger um sucessor. Onde a avaliação da gestão não era boa, o eleitor procurou o candidato que melhor se identificava como oposição ou mudança.

Apesar da postura ideológica da mídia na cobertura do julgamento do “mensalão” e da tentativa de envolvê-lo no escândalo, Lula segue como o político mais influente do país e, por consequência, um cabo eleitoral disputadíssimo. Declarado pela medicina, livre do câncer que o atormentava, em vários momentos ele é lembrado como um forte candidato para as eleições presidenciais de 2014, caso o governo Dilma não for bem avaliado nas pesquisas. Lembrando que, no final de 2012, Lula tinha 60% das intenções de voto para a eleição presidencial de 2014.

Considerações finais

O mítico, o ideológico e o simbólico mostram que o “espetáculo”, conforme definido por Guy Debord, é forte componente dos discursos políticos tanto de direita como de esquerda. A sociedade do espetáculo tudo subverte, até mesmo o discurso de mudanças resultando num reformismo fraco sem perigo de ruptura da ordem estabelecida pelo sistema capitalista neoliberal de mercado e consumo, a exemplo do que aconteceu com o governo Lula. Além disso, a espetacularização de Lula tira o foco dos temas cruciais que permitiria discutir a implementação de reformas estruturais.

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

Em janeiro de 2003, dias depois de tomar posse em Brasília, Lula foi a Porto Alegre (RS) e, diante dos 120 mil participantes da terceira edição do Fórum Social Mundial expressou o que sonhava fazer em seu governo. Parte do discurso reiterava o pronunciamento feito na posse.

Quero dizer para vocês que o único e mais importante compromisso que tenho é de que vocês podem ter a certeza, como a certeza e a fé que vocês têm em Deus para quem é cristão, é que eu posso cometer algum erro, mas que jamais eu negarei uma vírgula dos ideais que me fizeram chegar à Presidência da República (Lula, 2003).

Naquele momento, a esperança vencida o medo e nos olhos das pessoas havia a certeza de que “outro mundo (ou pelo menos outro Brasil) era possível”. (De Porto Alegre Lula foi à Suíça para, em Davos, participar do Fórum Econômico Mundial, sendo na época o único líder com livre circulação entre os dois eventos antagônicos).

Dez anos depois, revisitando o histórico discurso de Porto Alegre, percebemos um legado controverso, marcado, é verdade, por conquistas na área social como a redução da miséria e da desigualdade, mas ao mesmo tempo, nos deparamos com um governo de coalizão impregnado de corporativismo político e econômico envolvido em corrupção. Os problemas estruturais históricos continuam da mesma forma que nos governos anteriores. O PT e seus aliados oPTaram por mudar a condição social de milhares de pessoas, mas as alianças feitas os obrigou a deixar de lado questões cruciais, inclusive éticas. Considerando essa decisão uma “traição”, muitos petistas históricos e intelectuais deixaram o partido.

Nesse sentido, as reflexões de Debord ganham atualidade:

A sociedade do espetáculo não domina as regiões subdesenvolvidas apenas pela hegemonia econômica. Domina-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

as como sociedade do espetáculo. Nos lugares onde a base material ainda está ausente, em cada continente, a sociedade moderna já invadiu espetacularmente a superfície social. Ela define o programa de uma classe dirigente e preside à sua constituição. Assim como ela apresenta os pseudobens a desejar, também oferece aos revolucionários locais os falsos modelos de revolução (1997, p. 57).

O ex-presidente Lula prometeu fazer o governo “mais honesto da história do país”. Promessas impactantes fazem parte da retórica populista, característica do líder messiânico para convencer a população de que ele é o escolhido, o ungi-do, para a realização da missão. Mas não houve mudanças nas instituições que de fato garantissem a transformação do país, inclusive o controle da corrupção. Como bom populista, Lula colocou tudo num universo subjetivo: ele era o presidente (era o cara) que, sozinho, seria capaz de fazer acontecer tudo. Contudo, sobre o poder messiânico é bom recordar o alerta de Max Weber, “o poder messiânico se confirma apenas na sua realização”. Assim, o reformismo fraco do seu governo, se não desconstrói o mito Lula, pelo menos questiona essa condição.

Em seus discursos inflamados, é inegável que Lula conseguia reunir a insatisfação dos pobres e injustiçados. Por outro lado, pela sua demagogia populista, essa revolta pode ter se transformado em mais uma mercadoria espetacular. O lulismo vendeu a ideia de que através do acesso a bens de consumo, o povo mais humilde estaria resgatando a sua cidadania. Aqui mais uma vez, Guy Debord ilumina a nossa reflexão.

À aceitação dócil do que existe pode juntar-se a revolta puramente espetacular: isso mostra que a própria insatisfação tornou-se mercadoria, a partir do momento em que a abundância econômica foi capaz de estender sua produção ao tratamento dessa matéria-prima (1997, p. 59).

O lulismo, mito e política: a influência de Lula em campanhas eleitorais

Isso pode se aplicar à “nova classe média”, consumidores gerados pelo lulismo que já não estão interessados em mudanças estruturais, porque agora se sentem incluídos, não pela cidadania, mas pelo acesso ao consumo, mesmo que para isso, tenham que pagar o amargo preço do endividamento. Soma-se a isso, a situação deplorável das centrais sindicais e de alguns movimentos sociais que, financiados pelo próprio governo através de verbas, renunciaram a sua vocação de fazer pressão.

Referências

AB’SÁBER, T. **Lulismo, carisma pop e cultura anticrítica**. São Paulo: Hedra, 2011.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

OLIVEIRA, F. et.al. **Hegemonia às avessas**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2010.

SINGER, A. **Os Sentidos do Lulismo: reforma gradual e pacto conservador**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

WEBER, M. Sociologia da autoridade carismática. In: **Ensaio de sociologia**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1982.

CHAPARRO, C. Construtor de utopias. **Blog O Xis da Questão**. Disponível em: <www.oxisdaquestao.com.br>. Acesso em: nov. 2010.

CHAPARRO, C. Desconstrução de um mito (1, 2 e 3). **Blog O Xis da Questão**. Disponível em: <www.oxisdaquestao.com.br>. Acesso em: nov. 2010.



O CASO INDIO DA COSTA: VIDA E MORTE NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Deysi Cioccarì

Em fevereiro de 2010 o então presidente da Câmara, deputado Michel Temer (PMDB-SP), solicitou que cada partido indicasse um representante para participar da discussão sobre o projeto Ficha Limpa¹, que impede a candidatura de políticos condenados por órgãos colegiados da Justiça, a fim de atingir um consenso em relação à proposta que tramitava na Casa. Temer montou um grupo de trabalho para levar o projeto adiante no Congresso Nacional. Esse mesmo colegiado escolheu o então deputado do Democratas (DEM) Indio da Costa (RJ) como relator do projeto. O advogado Antonio Pedro de Siqueira Indio da Costa tinha sido, até então, vereador do Rio de Janeiro pelo antigo PFL, em 1996, 2000 e 2004. Dois anos mais tarde, foi eleito deputado federal pelo DEM. No Rio, havia atuado como secretário de Administração da Prefeitura do Rio de Janeiro entre 2001 e 2006. Indio da Costa

¹ Originada em uma iniciativa popular, foi sancionada como Lei Complementar nº 135, no dia 4 de junho de 2010. A lei torna inelegível por oito anos um candidato que tiver o mandato cassado, renunciar para evitar a cassação ou for condenado por decisão de órgão colegiado (com mais de um juiz), mesmo que ainda exista a possibilidade de recursos.

começou a carreira política na Prefeitura do Rio, durante o mandato de Cesar Maia, pai do presidente do DEM em 2010, Rodrigo Maia (RJ).

A partir do momento em que o democrata foi escolhido relator do Projeto, começou uma superexposição à mídia. O projeto de iniciativa popular tomou proporções midiáticas e ficou quase impossível que o relator ficasse um dia longe da pauta da imprensa nas páginas de política dos jornais. O ‘Ficha Limpa’, um projeto de iniciativa popular, despertou grande interesse por parte da população, colocando uma forte cobrança em cima do Congresso Nacional, que não podia deixar o assunto desaparecer. Indio da Costa, então, tornou-se conhecido no meio político: um jovem de 39 anos à frente de um projeto com intuito de “moralizar” a política brasileira.

Mas a midiatização do personagem Indio teve vida no dia 30 de junho, quando, após intensas negociações, PSDB e DEM batem o martelo e o democrata é escolhido como candidato à vice-presidente na chapa do tucano José Serra. A imprensa brasileira se apodera do sujeito Indio da Costa de imediato. De acordo com informações divulgadas na imprensa, “os critérios para a escolha do parlamentar levaram em conta o fato de ele ser jovem, ter uma boa presença no Congresso Nacional, ter sido um dos relatores do projeto Ficha Limpa e, principalmente, por ser do Rio de Janeiro, terceiro maior colégio eleitoral do País”:² “O mundo da política foi buscar no mundo do teatro a prática do star system”. (Schwartzberg, 1977, p. 15). O fato de Indio da Costa ter sido relator do Ficha Limpa, além de ter oferecido mídia ao deputado, foi tido pela Imprensa como o fator mais importante na decisão. Com a pressão do DEM, o PSDB aceita o democrata como seu vice. Christopher Lasch (1986) afirma que é o partido político

² Notícia divulgada no Portal Terra no mesmo dia do anúncio da escolha de Indio.

O caso Indio da Costa: vida e morte na sociedade do espetáculo

comercializando a figura do homem político para consumo público. O político-produto apresentado ao eleitorado busca encontrar os anseios das massas ou o segmento alvo que muitas vezes têm base nas relações de insegurança e narcisismo. Wolfgang Haug (1996), nesse sentido, explica que os atores políticos também se tornam produtos e sua aparência é o que nos é vendido: “A aparência na qual caímos é como um espelho, onde o desejo se vê e se reconhece como objetivo”. (Haug, 1996) Surge, nesse momento, uma das maiores figuras políticas midiáticas do ano de 2010.

Vida e morte na Sociedade do Espetáculo

Como diz Guy Debord, “o que aparece é bom, o que é bom aparece” na Sociedade do Espetáculo. O então deputado do DEM Indio da Costa já experimentava de exposição midiática em função do projeto Ficha Limpa. Antes de ser conhecido como “o vice do Serra”, o parlamentar concedeu entrevista ao programa Jô Soares, da TV Globo, tamanho era o apelo popular do projeto. Sua exposição na imprensa ficou relacionada à proposta por alguns meses. Até então, Indio da Costa não era sequer cogitado como representante na chapa tucana. A estrela “presenciável” do momento era Aécio Neves (PSDB-MG).

Vale lembrar que o PSDB e o DEM são antigos parceiros políticos, o que não impediu, no ano eleitoral de 2010, que conflitos viessem à tona na imprensa. O PSDB deixava claro que queria uma chapa pura com José Serra como candidato à presidência e Aécio Neves como vice. O líder do PSDB no Senado, no ano de 2010, Artur Vírgilio (AM) chegou a declarar que a “unidade é natural, desejável e fundamental para ambos os lados, para o partido e para o país. Ela vai acontecer de qualquer jeito”.³ No lançamento oficial da candidatura de José

³ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u718926.shtml>> Acesso em: 20 mai. 2012.

Serra à presidência, em 10 de abril de 2010, ainda sem definição sobre seu vice, Aécio Neves foi recebido aos gritos de “vice”⁴ deixando clara a indefinição no comando tucano.

Em 30 de junho de 2010, então, o PSDB anuncia que o deputado de primeiro mandato, Índio da Costa (RJ) seria o vice do tucano contrariando todas as apostas do meio político. No mesmo momento, surgem na imprensa uma série de perfis e históricos sobre o “deputado do Ficha Limpa”. Índio, que até o momento gozava de uma exposição restrita às páginas de jornais referentes ao Congresso Nacional, viu até mesmo seu perfil “alimentar” ser exposto na mídia. Tem vida, o mito Índio na Sociedade do Espetáculo. “Sem dúvida, o conceito crítico de espetáculo pode também ser divulgado em qualquer fórmula vazia da retórica sociológico-política para explicar e denunciar abstratamente tudo, e assim servir à defesa do sistema espetacular” (Debord, 1997, p. 131).

A Folha de São Paulo, no mesmo dia do anúncio do então democrata na chapa tucana publica uma matéria que, em vez de estar nas páginas políticas, deveria constar em algum site de fofocas. “Índio tem hábitos saudáveis, é preocupado com alimentação, além de ser vaidoso. Divorciado, tem uma filha de seis anos que mora na Espanha, e é primo de Luís Octavio Índio da Costa, dono do banco Cruzeiro do Sul. Índio é de uma família de arquitetos premiados internacionalmente. Ele conta que namorou por um ano Rafaella Cacciola, filha do ex-banqueiro Salvatore Cacciola”.⁵

E, a partir daí, uma série de notícias, que privilegiam muito mais a figura Índio da Costa do que o político, reforçam

⁴ Disponível em : <<http://noticias.terra.com.br/brasil/noticias/0,,OI4373974-EI7896,00Aecio+e+recebido+aos+gritos+de+vice+em+lancamento+de+Serra.html>> Acesso em: 20 mai. 2012.

⁵ Disponível em : <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/759696-saiba-mais-sobre-o-deputado-indio-da-costa-indicado-para-vice-de-serra.shtml>> Acesso em: 20 mai. 2012.

O caso Indio da Costa: vida e morte na sociedade do espetáculo

o culto ao personalismo e legitimam a ação de personalidade pública em detrimento da personalidade política.

Os media carregam consigo o sentido e o contra-sentido, manipulam em todos os sentidos ao mesmo tempo, nada pode controlar esse processo, veiculam a simulação interna ao sistema e simulação destruidora do sistema, segunda uma lógica absolutamente moebiana e circular- e está bem assim. Não há alternativa, não há resolução lógica. Apenas uma exacerbação lógica e uma resolução catastrófica (Baudrillard, 1991, p. 110).

Na mesma direção, o Portal *IG* noticiou que Indio da Costa havia sido baterista de banda de rock.⁶ O deputado virou uma celebridade. A imagem de galã começa a ser explorada pela imprensa brasileira, cada vez mais preocupada com o sucesso mercadológico que Indio propunha naquele momento, do que com a disseminação de um conteúdo político. De acordo com Lasch (1986), o narcisismo da era moderna é fruto da insegurança oriunda do esvaziamento de valores e sentidos. O indivíduo projeta seus sonhos em agentes políticos e os aponta como heróis. Indio da Costa vira esse agente. A personificação do “menino do Rio”.

Em todos os seus ramos fazem-se, mais ou menos segundo um plano, produtos adaptados ao consumo das massas e que em grande medida determinam esse consumo. Eles somam-se quase sem lacunas para constituir um sistema. Isso graças tanto aos meios atuais da técnica quanto à concentração econômica e administrativa. A indústria é a integração deliberada, a partir do alto, de seus

⁶ Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/eleicoes/novo-vice-de-serra-indio-da-costa-e-exbaterista-de-rock/n1237688784556.html>> Acesso em: 19 mai. 2012.

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

consumidores [...] O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito desta indústria, mas seu objeto (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 92-93).

A revista *Isto É* montou, em 2 de julho de 2010, uma lista sobre “10 coisas para saber sobre Índio da Costa”⁷ entre elas, “as mulheres no Rio o acham charmoso, galã. Dança até forró e toca rock e samba no violão.” Lasch reitera o poder dos meios de comunicação de massa como instrumentos efetivos de controle social, interferindo nos processos eleitorais ajudando muito mais a formar opinião do que registrá-las. Esses mesmos meios, de acordo com o autor, selecionam os líderes políticos e os apresentam como uma escolha entre bens de consumo.

Há um triunfo da simulação e do simulacro, com o conseqüente esvaziamento do sentido. A incapacidade de o indivíduo distinguir entre o que é real e o que é falso. A representação torna-se o referente.

E Índio da Costa transformava-se, lentamente, no mito político que a Sociedade do Espetáculo tanto procurava, sobrepondo a candidatura do próprio presidenciável José Serra. Lembrando que, para Roland Barthes, a sociedade moderna dispõe de uma incessante produção de mitos onde há uma tendência exagerada na naturalização de signos, quando perdem seu caráter social e cultural. Barthes não fala do mito grego, que nem se aplicaria a este caso, mas do mito com significante e significado. O mito vale-se desse signo e o transforma tão somente em “forma”, atribuindo um segundo sentido. Há uma deformação de sentido, e é dessa deformação mítica que estamos falando. Para complementar:

⁷ Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/85278_10+COISAS+PARA+SABER+SOBRE+INDIO+DA+COSTA> Acesso em: 21 mai. 2012.

O caso Índio da Costa: vida e morte na sociedade do espetáculo

O mito não se define pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais. Logo, tudo pode ser mito? Sim, julgo que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo. Cada objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não, pode impedir-nos de falar as coisas (Barthes, 2001, p. 131).

Em quatro de julho, pediu votos para José Serra antes do período eleitoral.⁸ Era o que a mídia precisava. Uma segunda referência sobre o jovem político que, até então, tinha em seu currículo, o Ficha Limpa como algo mais memorável. Era o fato que a imprensa tanto queria. Nenhuma semelhança com o sisudo Serra, nem com Michel Temer (PMDB), vice de Dilma Rousseff. Era Índio da Costa, o franco atirador,⁹ imagem associada naturalmente ao candidato, “como se a imagem provocasse *naturalmente* o conceito, como se o significante *criasse* o significado” (Barthes, 2001, p. 151). O galã fica para trás. E, a mídia brasileira aproveita-se dessa imagem e a vende como produto midiático que ela se torna. “Cabe registrar a tendência de uma busca desenfreada pelo escândalo na cobertura jornalística da política no Brasil recente e, por certo, em outros países. Tal busca envolve, principalmente, temas como corrupção e deslizes de variadas espécies na vida pessoal.” (Lima, 2007, p. 160).

Tudo o que Índio da Costa faz ou fala é replicado em jornais do país inteiro. Sua opinião sobre aborto, sobre drogas, sobre qualquer coisa que propiciasse mais uma pauta. Mesmo

⁸ Disponível em: <<http://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/2012/02/13/tse-decide-sobre-twitter-em-eleicoes-nesta-semana/>> e <<http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,antes-do-prazo-legal-indio-ja-pede-votos-na-internet,576594,0.htm>> Acesso em: 17 mai. 2012.

⁹ O então vice de Serra é comumente chamado de franco atirador e imaturo demais para a política.

quem não acompanhou política, soube, em algum momento do ano de 2010 quem foi Índio da Costa. “Os produtos da Indústria Cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los alertamente.” (Adorno; Horkheimer, 1994, p. 119).

Em 18 de julho, o então democrata, em entrevista ao site Mobiliza PSDB, acusa o PT de ter ligação com as Farc¹⁰ causando desconforto até mesmo em aliados de Serra¹¹ “Para dizer a verdade, a melhor arma contra o mito é talvez mitificá-lo a ele próprio, é produzir um mito artificial: e este mito reconstituído será uma verdadeira mitologia.” (Barthes, 2001, p. 156).

O que Índio da Costa não percebia era que, apesar da superexposição à mídia, também causou certo desconforto na própria candidatura tucana. O democrata chegou a ser comparado a Sarah Palin,¹² a candidata a vice na chapa de John McCain, nos Estados Unidos, conhecida por suas gafes. A sociedade do espetáculo transformou o candidato em seu digno representante, onde o “ser” e o “ter” foram sobrepostos ao “parecer”.

Há uma coisa, porém, a propósito da qual a ideologia oca não admite brincadeiras: a previdência social. ‘Ninguém deve sentir fome e frio; quem sentir vai para o campo de concentração:’ essa pilhéria da Alemanha hitlerista poderia estar a brilhar como uma máxima sobre todos os portais da indústria cultural. Ela pressupõe, com astuta ingenuidade o estado que caracteriza a sociedade mais

¹⁰ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/768528-vice-de-ser-ra-indio-da-costa-liga-pt-a-narcotrafico-e-guerrilha.shtml>> Acesso em: 17 mai. 2012.

¹¹ Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rs/politica/noticia/2010/07/para-aliados-indio-da-costa-cometeu-exageros-em-criticas-pelo-twitter-2975962.html>> Acesso em: 22 de mai. 2012.

¹² Sarah Palin foi anunciada como candidata à vice-presidência dos Estados Unidos como running mate de John McCain. A candidatura foi derrotada por Barack Obama.

O caso Indio da Costa: vida e morte na sociedade do espetáculo

recente: o fato de que ela sabe muito bem reconhecer os seus. A liberdade formal de cada um está garantida. Ninguém tem que se responsabilizar oficialmente pelo que pensa. Em compensação, cada um se vê desde cedo num sistema de igrejas, clubes, associações profissionais e outros relacionamentos que representam o mais sensível instrumento de controle social. Quem não quiser se arruinar deve tomar cuidado para que, pesado segundo a escala desse aparelho, não seja julgado leve demais. De outro modo, dará para trás na vida e acabará por ir a pique (Adorno; Horkheimer, 1994, p. 140).

A candidatura de José Serra, que iniciou a campanha com vantagem, sofre um revés e as pesquisas de opinião apontam o crescimento da candidata petista Dilma Rousseff. O candidato à vice de Serra segue com exposição, mas não mais a mídia positiva do projeto Ficha Limpa, e começa a ser tachado de polêmico. “O que se poderia chamar de valor de uso na recepção dos bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que quer é conquistar prestígio e não se tornar conhecedor.” (Adorno; Horkheimer, 1994, p. 148).

A exposição continua até o final do período eleitoral, quando Dilma Rousseff vence as eleições presidenciais¹³ e muitos atribuem a derrota de Serra a sua tardia escolha por um vice e, por ter escolhido um vice que causou polêmica, muitas vezes sobrepondo as propostas de Serra na campanha. O jornalista Paulo Henrique Amorim citou a escolha de Indio como o primeiro motivo da derrota do tucano:¹⁴ “Se ele imita tão bem um louco é porque o é.” (Baudrillard, 1991, p. 11).

¹³ Disponível em: <<http://eleicoes.uol.com.br/2010/ultimas-noticias/2010/10/31/dilma-e-eleita-primeira-presidente-mulher.jhtm>> Acesso em: 20 maio 12.

¹⁴ Disponível em: <<http://www.falsario.com.br/10-motivos-para-a-derrota-de-jose-serra/>> Acesso em: 20 de maio 12.

Considerações finais

“O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo.” (Debord, 1997, p. 17) A afirmação de Guy Debord é bastante pertinente para o caso Índio da Costa. Catapultado ao centro dos holofotes no ano de 2010, tornou-se tão conhecido como o próprio José Serra.

O que o espetáculo oferece como perpétuo é fundado na mudança, e deve mudar com sua base. O espetáculo é absolutamente dogmático e, ao mesmo tempo, não pode chegar a nenhum dogma sólido. Para ele, nada para; este é seu estado natural e, no entanto, o mais contrário à sua propensão (Debord. 1997, p. 47).

Índio saiu das eleições e teve somente mais dois meses de mandato legislativo. Apareceu na imprensa apenas numa entrevista que não lhe rendeu mais que os 15 usuais minutos de fama, ao voltar a uma polêmica do período eleitoral, em que se especulava que a cúpula do PSDB queria substituí-lo por outro político no andamento do processo eleitoral.¹⁵ Sem mandato legislativo, o mito não se manteve. Após um ano conturbado no DEM com escândalo do “Mensalão de Arruda”, Índio da Costa perdeu seu papel e sua influência. Mudou-se para o PSD de Kassab e desde então é como se não existisse mais. “Aquilo que o espetáculo deixa de falar durante três dias é como se não existisse. Ele fala então de outra coisa, e é isso que, a partir daí, afinal, existe.” (Debord, 1997, p. 182) De acordo com Christopher Lasch: “Longe de ser a sua característica definidora, o narcisismo é a sua traição” (1986, p. 16).

¹⁵ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/851041-chapa-de-serra-tentou-trocar-indio-da-costa-por-vice-experiente.shtml>> Acesso em: 20 mai. 2012.

O caso Índio da Costa: vida e morte na sociedade do espetáculo

Hoje em dia, o espetáculo está no poder. Não mais apenas na sociedade, tão enorme foi o avanço deste mal. Hoje, nossas conjeturas já não têm como único objeto as relações do espetáculo e da sociedade em geral, como as que tecia Guy Debord em 1967. Agora, é a superestrutura da sociedade, é o próprio Estado que se transforma em 'empresa teatral' em 'Estado de Espetáculo'. De uma forma sistemática e organizada. Para melhor divertir e iludir o público de cidadãos. Para melhor distrair e desviar. E mais facilmente transformar a esfera política em cena lúdica, em teatro de ilusão (Schwartzberger, 1977, p. 9).

A imprensa brasileira na cobertura das eleições presidenciais de 2010 lançou aos holofotes uma das maiores figuras midiáticas daquele ano. A mesma imprensa apagou as luzes.

Os campos de batalha modernos são mais extensos do que os campos de batalha antigos, o que obriga ao estudo de um maior campo de batalha. É preciso muito mais experiência e gênio militar para comandar um exército moderno do que era preciso para comandar um exército antigo (Bonaparte In: Nascimento, 2012).

Referências

ADORNO, T. E HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa, Relógio D'Água, 1991.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José 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: Contraponto, 1997.

HAUG, Wolfgang Fritz. **Crítica da estética da mercadoria**. São Paulo, Editora Unesp, 1996.

LASCH, Christopher. **O mínimo eu**. São Paulo Editora Brasiliense, 1986.


LIMA, Venício A. De (Org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

LIMA, Venício A. De. **Mídia**: teoria e política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flavia (Orgs.). **Mídia**: representação e democracia. São Paulo: Hucitec, 2010.

NASCIMENTO, Gabriel L. A. C. Santos. **O animal político midiático**: imagens e representações na política. São Paulo, 2012. 121f. Dissertação (mestrado em Comunicação). Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O estado espetáculo**. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.



SÃO PAULO, CIDADE CRIATIVA E AS ELEIÇÕES 2012

Ethel Shiraishi Pereira

A conexão entre os conceitos de cidade criativa e o processo de transformação das cidades em mercadoria é o ponto de partida para a análise das propostas dos programas de governo dos principais candidatos à Prefeitura de São Paulo nas eleições municipais de 2012. Após levantamento bibliográfico sobre questões relacionadas com o processo de mercantilização da cultura e dos espaços urbanos, economia criativa, bem como a partir da constatação de que a cidade de São Paulo adota estratégias de comunicação e marketing para que seja percebida como uma cidade criativa, este estudo trabalhou com a hipótese de que as diretrizes do Manifesto São Paulo Criativa, proposto pelo site Criaticidades, fariam parte das campanhas eleitorais do PSDB, do PT e do PRB.

O andamento das campanhas, tanto durante o primeiro quanto no segundo turno eleitoral, não tiveram ênfase na questão da cultura. Saúde e transporte público mobilizaram as discussões que levaram para o segundo turno os candidatos José Serra do PSDB e Fernando Haddad do PT. Já no segundo turno, além desses temas, a corrupção, tanto no Governo Federal (PT) quanto no Governo Estadual (PSDB), ganhou espaço nas

discussões e pautou boa parte da cobertura jornalística. Com a vitória de Fernando Haddad no segundo turno, o Arco do Futuro é projeto do prefeito eleito que mais contém itens relacionados à economia criativa. Porém, em oito meses de governo, algumas modificações começam a ser implementadas na proposta do então candidato.

Por outro lado, sabemos que o site *Criaticidades* e o *Manifesto São Paulo Criativa* são uma forma de disseminar o conceito de “cidade criativa” e de formar uma opinião favorável sobre o tema e, considerando que os temas cultura, economia da cultura e economia criativa não foram pautados com evidência nas campanhas eleitorais, partiu-se para a análise dos programas de governos propostos pelos principais candidatos para identificar a relevância da economia criativa para o desenvolvimento de políticas públicas para a cidade de São Paulo.

Para a análise das propostas dos partidos políticos e identificação das diretrizes apresentadas no Manifesto São Paulo Criativa, foram selecionadas palavras-chaves que sintetizam o conceito de cada diretriz apresentada pelo Manifesto.

Economia criativa e cidades transformadas em mercadoria

A mudança da sociedade industrial, sustentada por uma economia baseada no capital e na força de trabalho, orientada para a produção em massa; para uma sociedade pós-industrial, cuja economia se baseia em recursos intelectuais, na troca de conhecimentos e atividades localizadas no setor de serviços, provocou transformações nos valores sociais e culturais no final do século passado (Kirschbaum, 2009). Na Europa, os setores da indústria criativa ganharam destaque no início dos anos 90 por conta de seu rápido crescimento econômico. Países como Inglaterra, Espanha e Alemanha, adotaram políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento da economia criativa.

Para Vainer (2000), as exigências da liberalização do mercado e da economia global faz surgir o discurso de um novo

modelo de planejamento urbano, no início dos anos 90. Tais exigências deslocaram a questão urbana para a problemática da *competitividade urbana* e o modelo passa a ser defendido por agências multilaterais como o BIRD (Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento) e o Habitat (Programa das Nações Humanas para os Assentamentos Humanos), bem como por consultores internacionais que fazem uso de técnicas do planejamento empresarial e do marketing para promover cidades como Barcelona, por exemplo. As cidades passam a ser administradas como se fossem empresas e tratadas como mercadoria: “uma mercadoria de luxo, destinada a um grupo de elite de potenciais compradores: capital internacional, *visitantes e usuários solváveis*” (Vainer, 2000, p. 83). Para Borja e Castells,

As cidades vêm ganhando, nas últimas décadas, um protagonismo inegável tanto no que se refere à vida cotidiana dos cidadãos – na recuperação do patrimônio, na promoção de grandes transformações urbanísticas, criação de empregos, serviços básicos etc. – quanto no que diz respeito às relações internacionais – atraindo investimentos, promovendo o turismo e grandes eventos, participando ativamente de fóruns mundiais etc. A cidade assume definitivamente centralidade na criação e dinamização de bens simbólicos e no bem-estar de sua população (Borja; Castells, 1996, p. 152).

Em um relatório preparado para a Conferência Habitat II, Manuel Castells e Jordi Borja apresentam uma receita para os países interessados em desenvolver um plano estratégico para suas cidades:

Em primeiro lugar, a definição de um Projeto de Futuro só será eficaz se mobilizar, desde o seu momento inicial,

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

os atores urbanos públicos e privados e concretizar-se em ações e medidas que possam começar a implementar-se de imediato. Somente assim, verificar-se-á a viabilidade do plano, gerar-se-á confiança entre os agentes que o promovem e poder-se-á construir um consenso público que derive numa cultura cívica e num patriotismo de cidade. Esta será a principal força de um plano estratégico.

Em segundo lugar, um plano estratégico deve construir e/ou modificar a imagem que a cidade tem de si mesma e projeta no exterior. Na medida em que se trata de uma resposta a uma sensação de crise, resultado da vontade de inserção em novos espaços econômicos e culturais globais, e que pretende integrar uma população que muitas vezes se sente excluída ou pouco levada em conta, o Projeto-Cidade é um empreendimento de comunicação e de mobilização dos cidadãos e de promoção interna e externa da urbe.

Finalmente, o plano estratégico questiona o governo local, suas competências e sua organização, seus mecanismos de relacionamento com outras administrações e com os cidadãos, sua imagem e sua presença internacionais. Por conseguinte, sem uma reforma política radical — tão ou mais radical na forma de agir do que na base legal — dificilmente alcançar-se-ão os objetivos de resposta aos propósitos atuais anteriormente expostos (Borja; Castells, 1996, p. 158).

Por outro lado, Vainer conclui que:

Tendo invocado em sua origem a necessidade de descentralização do poder e, sua consequente democratização na esfera municipal, o planejamento estratégico urbano e seu patriotismo de cidade desembocam claramente num projeto de eliminação da esfera política lo-

São Paulo, cidade criativa e as eleições 2012

cal, transformada em espaço do exercício de um projeto empresarial encarnado por uma liderança personalizada e carismática. Transfigurando-a em mercadoria, em empresa ou em pátria, definitivamente a estratégia conduz à destruição da cidade como espaço de política, como lugar de construção da cidadania (Vainer, 2000, p. 98).

Neste contexto, surge o termo indústrias criativas, que trouxe aos gestores municipais uma nova perspectiva para o desenvolvimento urbano, por meio da implantação de políticas públicas que incentivam e favorecem as atividades ligadas à produção intelectual e de criatividade.

O surgimento da expressão Indústrias Criativas está associado a movimentos ocorridos a partir dos anos 1990 em alguns países industrializados. O conceito surgiu inicialmente na Austrália, porém foi na Inglaterra que ele ganhou maior impulso. O governo inglês classifica os seguintes campos como setores criativos: publicidade, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, design de moda, cinema, *software* interativos para lazer, música, artes performáticas, indústria editorial, rádio, TV, museus, galerias e as atividades relacionadas às tradições culturais (Kirschbaum et al., 2009, p. 24).

Ao desenvolver uma análise sobre as diversas definições sobre indústrias criativas, Kirschbaum, Costa, Bendassoli e Wood Jr. (2009) identificaram quatro componentes principais no conceito: 1) a criatividade como elemento central para geração de propriedade intelectual; 2) a propriedade intelectual passa a ter valor econômico; 3) a cultura é tratada na forma de objetos culturais que vão gerar significados aos consumidores; 4) a convergência entre artes, negócios e tecnologia

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

(Kirschbaum et al., 2009, p. 27). Os autores também mapearam os pontos de convergência e divergência entre os conceitos de indústrias culturais e indústrias criativas:

Em geral, os pontos de convergência incluem a referência ao fato de que todos esses conceitos mencionam o caráter material dos bens culturais, sua intangibilidade, seu caráter simbólico e sua dependência de redes sociais para adquirir valor. Os pontos de divergência referem-se ao modo como cada um desses conceitos se relaciona com políticas públicas, com a possível missão humanista e política da cultura e da arte, com o papel do consumidor e com a cultura e seus aspectos de consumo, entretenimento, lazer e estilo de vida (Kirschbaum et al., 2009, p. 31).

Miguez (2009) compreende que a economia criativa é uma ampliação do campo da economia da cultura:

Mais prático para os limites deste texto será considerar a economia criativa como ampliação do campo da economia da cultura, da mesma forma que a economia da cultura pode ser vista como uma ampliação do campo da economia da arte – até porque, no seu conjunto, a chamada economia criativa reúne setores, práticas, dinâmicas socioeconômicas que, a rigor, não são estranhas ao campo da economia da cultura (Miguez In Kirschbaum, 2009, p. 64).

Se a cultura no âmbito das indústrias criativas vem sendo tratada pela lógica econômico-comercial e, se não existem grandes diferenças entre os dois conceitos: a criatividade sempre foi inerente às atividades culturais, ambos lidam com bens simbólicos, a tecnologia já impactava a produção dos setores da indústria cultural, ambas abordam suas implicações para as

políticas públicas (Kirschbaum et al., 2009, p. 33-34), por qual motivo é importante para os governos que a expressão economia criativa substitua o conceito de economia da cultura? Seguem algumas justificativas:

1. Entre o uso de economia criativa ou da cultura e indústria criativa, a preferência da maioria desses profissionais parece recair sobre os dois primeiros termos, sob a justificativa de que ultrapassariam o “paradigma da chaminé” implícito no termo indústria (Machado, 2009, p. 84).
2. Com efeito, uma alteração semântica nunca se dá por mero acaso, em geral, ela é um indicador de certas mudanças: nas ideias, nas instituições e, por conseguinte, na própria sociedade, constituindo-se, portanto, em um fenômeno histórico (Machado, 2009, p. 84).
3. Afastar a dimensão negativa e crítica encerrada no conceito analítico de indústria cultural, tal como desenvolvido pela Escola de Frankfurt;
4. Necessidade de encontrar uma denominação que dê conta de uma série de atividades não contempladas pelo conceito de indústria cultural (Machado, 2009, p. 92).
5. A nova retórica ressalta os imperativos da originalidade e criatividade, e celebra o culto das mudanças, das rupturas e da inovação.
6. [...] Charles Leadbeater (2000) e Richard Florida (2002), dois ideólogos relacionados à promoção das indústrias criativas, advogam que os indivíduos estão se afastando de comportamentos tradicionais, que pressupõem trabalhar pelo salário, consumir bens padronizados, trabalhar duro ao longo de toda vida, submeter-se à autoridade e resignar-se, e aproximando-se de atitudes e comportamentos que refletem um desejo de controlar, de forma integral, a própria vida (Kirschbaum et al., 2009, p. 25).
7. Possibilidade de ver atividades como as artes, mídia

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

ou design como a força motriz da economia, não simplesmente se beneficiando da generosidade dos contribuintes. As atividades culturais tornaram-se mais próximas do topo da elaboração da política econômica do que jamais haviam sido.

8. A economia criativa tem suscitado discussões e estudos em áreas não puramente ligadas a uma política industrial ou econômica, mas tão vastas como atinentes à revisão do sistema educacional (questionando a adequação do perfil dos profissionais de hoje e anunciando a emergência de novas profissões), a novas propostas de requalificação urbana (gerando projetos de *clusters* criativos e reposicionamento das chamadas cidades criativas), à valoração do intangível cultural por parte de instituições financeiras (clamando por modelos de mensuração inspirados nos setores de patentes e marcas), a um reposicionamento do papel da cultura na estratégia socioeconômica (lidando paralelamente com conteúdos simbólicos e econômicos) e até mesmo à revisão da estrutura econômica, de cadeias setoriais para redes de valor, incluindo novos modelos de negócio (graças às novas tecnologias e à emergência de criações colaborativas) (Reis, 2008, p. 18-19).

Nota-se que o conceito de economia criativa está alinhado com as mudanças sociais e econômicas ocorridas em decorrência da globalização, forçando, inclusive, que grandes cidades promovam um novo modelo de gestão, para que possam competir por investimentos privados.

Cidades estão competindo para atrair turistas globais, o investimento global e a classe criativa global. Para enfrentar essa competição, as cidades grandes e pequenas investem numa identidade coerente e numa política de

São Paulo, cidade criativa e as eleições 2012

imagem. E: a cultura é uma ferramenta importante para serem competidoras bem-sucedidas (Heinrich In Teixeira Coelho, 2008, p. 95).

De acordo com Teixeira Coelho (2008, p. 65), as cidades globais possuem ambientes estimulantes, proporcionados pela cultura e, com isso, atraem turistas e jovens criativos, bem como multinacionais, interessadas em investir nestas localidades quando estas características são aliadas a facilidades econômicas. Percebe-se que a competição para que as cidades sejam reconhecidas como criativas é global e no Brasil, cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo, já estão inseridas nesta lógica espetacular.

A gestão de uma grande metrópole, extremamente complexa como São Paulo, requer habilidade para gerenciar os interesses da população, empresas do setor público e privado, organizações do terceiro setor, classe política, imprensa entre outros tantos públicos pertencentes à dinâmica de uma cidade que abriga pessoas das mais diversas regiões brasileiras e do mundo, que sedia empresas com os mais diversos interesses e ramos de atuação (Pereira, 2008). Desta forma, um novo modelo de governança urbana que mescla os poderes do Estado, da sociedade civil e dos grupos de interesse privados, passa a ser utilizado (inclusive por São Paulo) visando o perfeito funcionamento do sistema de exploração de rendimentos monopólicos, ou seja, formam-se “coalizões que promovam ou administrem um tipo ou outro de desenvolvimento urbano/regional” (Harvey, 2003, p. 154), que permitam “criar sinergia suficiente dentro do processo de urbanização para que rendimentos monopólicos sejam criados e arrecadados tanto por interesses privados quanto por poderes estatais” (Harvey, 2003, p. 157).

O modelo metropolitano das cidades criativas – Londres, Barcelona, São Francisco, etc. – e os consultores euro-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

peus (sobretudo ingleses) que promovem esse modelo, em geral não se preocupam com a ocupação equitativa do espaço urbano. Na maioria das cidades criativas se dá o fenômeno da *gentrification*, que é basicamente a melhoria da infraestrutura e do espaço urbano e a dispersão das populações pobres, que são expulsas. Com a sua expulsão o valor dos imóveis cresce e os *developers* se tornam ainda mais ricos. Em muitos casos, essa *gentrification* se consegue mediante o desenvolvimento cultural, a construção de equipamentos e corredores culturais. Segundo a teoria de Richard Florida em *The Creative Class*, a oferta cultural atrai aos inovadores (designers de software, etc.) que ao mesmo tempo contribuem mais com os cofres do município¹.

De acordo com Canclini, a transformação da cidade *industrial* em cidade *comunicacional* mediante o conhecimento e a cultura, ampliou o risco de converter as cidades em espetáculos (Canclini In Coelho, 2008, p. 19). O marketing tornou-se relevante para valorizar os bens simbólicos das cidades: comunicar e promover os eventos, os espaços de cultura, lazer e entretenimento, bem como ampliar a visibilidade dos investimentos realizados para revitalização de espaços gentrificados. Para Canclini (2008), as cidades espetáculo são as cidades ‘sexy’: ou seja, as que se tornaram, nos últimos anos, emblemas da globalização. O autor destaca as características das cidades criativas, ou seja, aquelas que conseguem reinventar-se:

São cidades a ser visitadas e admiradas como cidades globais, espaços demarcados onde o mundo se põe em cena por quatro razões: o intenso papel das empresas transnacionais, a mescla de culturas, a concentração de elites da arte e da ciência, e o elevado número de turistas. Esses traços costumam ser lidos como recursos para desenvol-

São Paulo, cidade criativa e as eleições 2012

ver focos de hipermodernização e revitalizar áreas históricas ou a qualidade geral da vida urbana. Aposta-se que esses modos de transnacionalização sejam impulsionadores do crescimento econômico e fontes de renovação sociocultural (Canclini In Coelho, 2008, p. 22-23).

Para serem consideradas “criativas”, as cidades estão transformando seus espaços públicos em espaços publicitários e a relação passa a ser estabelecida com o consumidor da informação ou do entretenimento.

Dessa forma, também passam a pertencer ao mundo corporativo, interagindo com – e assimilando – as solicitações publicitárias que cercam por todos os lados. Das grandes avenidas às pequenas ruas de nossas metrópoles, todas se transformaram num imenso espaço de outdoors, placas de anúncios ou logomarcas, tornando a paisagem pública urbana uma espécie de lixo midiático privado. [...] Com isso, placas de logomarcas e patrocínios atropelam famílias e crianças que andam pelos gramados ou alamedas, com as corporações induzindo (ou impondo), com seu poder financeiro, as utilizações e dos tipos de eventos com os quais o público é obrigado a interagir (Dupas, 2003, p. 65).

As ações promocionais, realizadas por multinacionais em grandes e pequenas cidades, são demonstrações de que a cultura está, cada vez mais, a serviço dos interesses mercantis. A crítica dos frankfurtianos faz sentido, quando ficam evidentes que as questões sociais são colocadas em segundo plano em relação aos interesses dos grupos privados.

Observa-se que se a avassaladora presença das indústrias culturais não foi capaz de abrir espaço próprio no cam-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

po da teoria econômica para uma atenção particular sobre as relações entre cultura e economia, também não acionou qualquer movimento nesta direção a seminal contribuição da chamada Escola de Frankfurt que, com Adorno e Horkheimer, funda a discussão sobre a questão da indústria cultural enquanto portadora de uma lógica específica segundo a qual, a produção de bens simbólico-culturais passa a obedecer aos princípios mais gerais da produção econômica capitalista (uso crescente e massivo da máquina, divisão e especialização do trabalho, alienação do trabalho) fazendo com que estes bens passem a ser produzidos já como mercadorias, portanto, como produtos destinados à troca e ao consumo no mercado (Adorno, Horkheimer, 1997 In Miguez 2009, p. 62).

As grandes cidades, consideradas criativas estão sempre dispostas a sofrer interferências das marcas em seus espaços urbanos. Não estranhamos quando uma marca internacional de cerveja invade o espaço urbano, monta um palco para a realização de um show musical, sem aviso prévio. A quebra da rotina do lugar, com a apresentação musical é vista como uma interferência positiva e aparentemente agrada as pessoas que costumam transitar pelo local.

A cultura contemporânea é produto de uma indústria que tem, de fato, monopólio sobre a produção de bens culturais. A criação e a manipulação das necessidades do público se fazem pela recepção passiva de seus consumidores sob o lema do divertimento, visto como escapada momentânea da alienação do trabalho cotidiano. A produção da cultura de massa apresenta um elemento democratizador. No entanto, por sua tendência a padronizar os produtos culturais, a indústria cultural não se arrisca no terreno da inovação; prefere o potencial dos

São Paulo, cidade criativa e as eleições 2012

best sellers, que representam os estereótipos de uma linguagem universal e têm vendas garantidas no mercado global. A cultura transformada em mercadoria confunde-se agora com a publicidade (Dupas, 2003, p. 88).

São Paulo, cidade criativa

Um recente estudo sobre Economia Criativa na Cidade de São Paulo, coordenado pela Secretaria do Governo Municipal, demonstra que a cidade possui mais de 9% de suas empresas dedicam-se a algum tipo de atividade criativa. Em 2009, mais de 140 mil trabalhadores formais atuavam no setor, o que corresponde a 3% de todo emprego formal na cidade de São Paulo. São Paulo concentra 15% dos trabalhadores da economia criativa do Brasil.

Estudos econômicos como este dão sustentação ao processo de transformação da imagem da cidade de São Paulo como cidade criativa, cujo lançamento se deu ao público em julho de 2011 e foi coordenado pela SPTuris - São Paulo Turismo S/A, empresa municipal de promoção do turismo e de eventos da cidade de São Paulo. O processo envolve ações e campanhas que demonstram a vocação criativa de São Paulo, contribuindo para a mudança de percepção.



Caio Luiz de Carvalho, que na ocasião do lançamento da campanha publicitária exercia a função de presidente da SPTuris, declarou que “São Paulo, com sua vocação para a cultura, os eventos e um celeiro de grandes talentos” já estava inserida na economia criativa e demonstrou sua preocupação em planejar

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

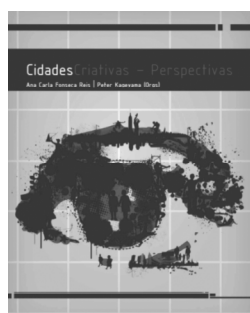
ações que contribuíssem para reforçar a imagem da cidade e obter investimentos, gerar conhecimento, emprego e renda. Ele destacou:

Uma cidade criativa é aquela que une várias ferramentas e desenvolve uma política para o desenvolvimento urbano utilizando os setores criativos, como artes e artesanato, música, cinema, artes cênicas, moda, design e propaganda e, em um conceito mais amplo, o turismo. Estamos investindo e precisamos mostrar o quanto São Paulo já está adiantada nessa área, com sua diversidade, suas tribos, seu grande caldeirão cultural que faz surgir lugares como a Vila Madalena, a nova Augusta, o Mercado, os vários museus e centros culturais, e eventos como a Virada Cultural, as Bienais, a Mostra Internacional de Cinema, a Fashion Week, a Parada Gay e tantos outros. Agora, queremos aproximar ainda mais o mundo dos negócios para essas atividades e desenvolver a capacidade de estimular os talentos e atrair empresários.

Em 2012, foram lançados pela SPTuris: a Marca São Paulo, que possui a missão de representar visualmente uma cidade “global, diversa, que vive o presente, respeita as diferenças e surpreende”; os Roteiros Temáticos; o aplicativo SP Móbil e a São Paulo Best Week. A empresa apoiou, também, o lançamento do livro “Cidades Criativas – Perspectivas”, organizado por Ana Carla Fonseca Reis (economista, autora de diversos livros sobre o tema e proprietária da empresa Garimpo de Soluções, a mesma empresa que criou o projeto do site Criaticidades) e Peter Kageyama.

A SPTuris trabalha com o argumento de que São Paulo já possui as características de uma cidade criativa (cultura, inovação, vanguarda e diversidade) e que deve se esforçar para ampliar as condições de desenvolvimento dessa vocação para poder concorrer com outras cidades globais. Por sua articula-

São Paulo, cidade criativa e as eleições 2012



ção, acredita-se que o projeto São Paulo, cidade criativa vai além de uma plataforma política do Prefeito Gilberto Kassab, ou seja, trata-se de um posicionamento para a imagem da cidade de São Paulo que foi adotado em virtude da relevância das indústrias criativas para a economia da cidade e que requer a criação de políticas públicas que estejam acima dos interesses dos partidos políticos.

O trabalho começa a surtir resultados: de acordo com o site da Prefeitura de São Paulo, em 2012, a cidade obteve pela terceira vez consecutiva, o primeiro lugar do *ranking* das “cidades do momento”, classificação desenvolvida pelo Hub Culture Zeitgeist, uma rede colaborativa mundial, composta por formadores de opinião e profissionais de diversas áreas.

Os locais escolhidos são os que mais fazem a diferença não apenas pelos indicadores econômicos, mas também

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

o espírito de empreendedorismo e oportunidade, a diversidade cultural e outras características criativas. O ranking, criado em 2007 para mostrar como um lugar transmite o espírito dos tempos atuais, este ano utilizou o tema “‘o momento’ em cidades-chave do mundo”. No ano passado, o assunto foi “ação e oportunidade” e, em 2010, a temática foi “acesso a recursos e meio ambiente”. De acordo com a metodologia do ranking, os locais escolhidos são os que mais fazem a diferença não apenas pelos indicadores econômicos, mas também o espírito de empreendedorismo e oportunidade, a diversidade cultural e outras características criativas. Segundo a descrição divulgada, “São Paulo está cada vez mais popular e mais desejável para assuntos corporativos, negócios locais e aqueles que procuram uma experiência na cidade brasileira que explode tendências e novidades”.

Além das ações da SPTuris, foi lançado em 12 de março de 2012, no site Criaticidades, o Manifesto São Paulo Criativa, de iniciativa das empresas Garimpo de Soluções e Umana Comunicação Inteligente, criadores do site, com o patrocínio do Banco Santander¹ e apoios do projeto Catraca Livre, do Instituto Brasileiro de Economias Criativas e da publicação Página 22, se apresenta como um movimento sem partido e sem liderança mas que se propõe a “colocar na agenda da cidade de São Paulo, aproveitando as eleições, a discussão sobre a importância de a cidade servir como uma plataforma para o desenvolvimento de talentos”.

¹ O Santander é uma instituição financeira de origem espanhola. Sua vinculação com o projeto seria uma estratégia de vinculação de sua imagem a projetos culturais e políticas públicas, uma vez possui linha de financiamento a projetos vinculados aos setores criativos por meio do programa Santander Empreendedor. De acordo com Claudia Leitão, secretária de economia criativa do governo federal, financiamento é o grande gargalo do desenvolvimento da economia criativa pois os bancos não compreendem como podem financiar projetos dos setores criativos sem as garantias de investimentos tradicionais.

O Manifesto colhe assinaturas eletrônicas e apresenta diretrizes que serão encaminhadas aos candidatos à Prefeitura de São Paulo nas eleições de 2012. Seguem as diretrizes extraídas do site www.criaticidades.com.br/manifesto:

1. Cidade criativa é cidade compartilhada. Serão oferecidos incentivos para o compartilhamento de veículos privados, para a preservação das fachadas e empenas dos imóveis, para a construção de edifícios com vãos livres e para o uso dos espaços públicos para atividades culturais e criativas.

2. A cidade é um sistema, no qual as partes se complementam. Para que funcione de forma integrada, deve-se estimular a mobilidade da população dentro da cidade. Esse trânsito interbairros é estimulado quando se conhecem e difundem as características e atividades de cada região – que precisam ser reveladas.

3. Projetar o futuro envolve reconhecer o passado. Para conectar os habitantes a São Paulo, a história e as histórias da cidade têm de vir à tona, em vários pequenos modos – nas escolas, nas ruas, na mídia digital.

4. Criatividade só se transforma em inovação quando somada a uma educação que a estimule. O currículo das escolas públicas será redesenhado pelo lápis da criatividade, em forma e conteúdo. E a cidade se converterá em espaço educativo criativo, interligando-se à escola. Na cidade criativa aprende-se o tempo todo e em qualquer lugar.

5. Transformar a cidade de dentro para fora envolve uma política definida e executada de forma integrada. O Prefeito de São Paulo constituirá uma Secretaria de Economia Criativa, que atuará de forma articulada com o setor privado, o terceiro setor e a universidade, com vistas a gerar políticas integradas, fomentar o empreendedorismo e novos

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

produtos e serviços, tendo por matéria-prima a criatividade e por resultado empregos e sustentabilidade local.

6. A ecologia criativa se alimenta da ecologia ambiental. São Paulo promoverá a valorização das áreas verdes, a arborização das ruas e avenidas e a identificação dos cursos d'água soterrados, bem como a limpeza e a responsabilidade com o trato do lixo.

7. A cidade criativa se reinventa continuamente pelo olhar de seus habitantes, pela valorização do conhecimento e pela liberdade de suas tribos diversas especializarem sua criatividade. São Paulo incentivará a arte urbana e o mobiliário urbano, como modos para treinar o olhar da população e de seus visitantes para o design de uma nova cidade.

8. São Paulo conta com milhares de imóveis vazios, isolados da dinâmica urbana. A Prefeitura criará um programa de incentivo fiscal voltado à ocupação temporária desses imóveis por parte de empreendedores dos setores criativos.

9. A riqueza imaterial de uma cidade ganha solidez quando gera também riquezas materiais. São Paulo investirá em políticas econômicas voltadas aos setores criativos, envolvendo polos tecnológicos, clusters ou distritos criativos e centros de referência.

10. A captação internacional e a produção local de grandes eventos e o fortalecimento da indústria do entretenimento são excelentes formas de motivar o engajamento da população com sua cidade, trabalhar sua auto-estima, divulgar as singularidades urbanas e promover o turismo local. Será criado um corpo de formação de voluntários para a Copa de 2014 e outras grandes atividades de potencial turístico.

Campanhas Eleitorais 2012

Tais diretrizes foram utilizadas como referência para o estudo, que a partir de palavras-chaves de cada item do Manifesto São Paulo Criativa, foi realizado um cruzamento com as propostas contidas nos programas de governo para a cidade de São Paulo, registradas por José Serra do PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira, Fernando Haddad do PT – Partido dos Trabalhadores e Celso Russomano² do PRB – Partido Republicano Brasileiro, concorrentes nas Eleições Municipais de 2012.

Cidade criativa é cidade compartilhada

O plano de governo de Haddad não menciona São Paulo como cidade criativa, mas como cidade sustentável. Por meio do projeto Arco do Futuro, que busca uma redefinição urbanística para a cidade de São Paulo, apresenta de forma indireta, aspectos pautados na primeira diretriz do Manifesto como, por exemplo, a questão da mobilidade e preservação de fachadas e uso dos espaços públicos. Em pesquisa desenvolvida pela Rede de Pesquisadores da Cultura, Fernando Haddad não respondeu a um questionamento direto sobre a intenção de implementar uma política de economia da cultura ou de economia criativa. Celso Russomano não apresenta proposta clara sobre a questão em seu programa de governo e na pesquisa mencionada, respondeu “em termos”. Já o candidato José Serra, foi taxativo: “Sim. Daremos força ao desenvolvimento da economia criativa, potencializando vocações locais e setoriais já existentes na cidade, em áreas como moda, audiovisual, cultura digital e outras”.

² Embora tenha liderado as pesquisas de intenção de votos no primeiro turno, Celso Russomano não obteve votos necessários o segundo turno, disputado por José Serra e Fernando Haddad.

A cidade é um sistema, no qual as partes se complementam

O projeto arco do futuro de Fernando Haddad propõe o policentrismo com a criação de condições para o desenvolvimento descentralizado da cidade. Evidenciado a preocupação com a mobilidade e a integração entre as diversas regiões, geração de emprego, moradia e elementos que remetem à qualidade de vida. Russomano não faz menção à temática, exceto em situações em que menciona a necessidade de melhorar a mobilidade de deficientes físicos na cidade de São Paulo, ou seja, não trata a questão da mobilidade como um ponto estratégico para o desenvolvimento econômico da cidade. Por outro lado, José Serra destaca a questão da segurança dos bairros e diminuição de necessidade de grandes deslocamentos pela cidade. Apresenta proposta para estímulo ao uso de bicicletas e defende que o desenvolvimento da mobilidade na cidade de São Paulo depende de investimentos nos transportes sobre trilhos.

Projetar o futuro envolve reconhecer o passado

Em sua proposta para cultura, Haddad apresenta uma política específica para o tema Memória e Preservação, demonstrando total alinhamento com a diretriz do Manifesto. José Serra apresenta projetos específicos de revitalização de áreas degradadas do centro de São Paulo, de criação de museus, incluindo o Museu da História de São Paulo, demonstrando que também possui propostas alinhadas com esta diretriz do Manifesto São Paulo Criativa. Celso Russomano não apresenta proposta relacionada com a temática.

Criatividade só se transforma em inovação quando somada a uma educação que a estimule

O programa de Haddad apresenta proposta sobre inovação e edição em três itens diferentes de sua proposta. Para educação reforça a retomada da Rede CEU, em cultura apresenta política de formação, além das políticas de incentivo ao

desenvolvimento local por meio da economia solidária. Celso Russomano defende a implantação de uma rede de incubadoras que, com o apoio de universidades, centros de pesquisa de inovação e tecnologia, deverão atuar para o desenvolvimento e otimização dos serviços públicos. José Serra destaca a criação de mais dois polos tecnológicos, dois polos digitais, dois polos de esporte e cultura. No texto, destaca “Novas tecnologias ligadas a oportunidades de emprego, na economia moderna de uma cidade mundial”, demonstrando alinhamento com a proposta de São Paulo como cidade criativa.

Transformar a cidade de dentro para fora envolve uma política definida e executada de forma integrada

A proposta de criação de uma secretaria de economia criativa não é apresentada nos programas de governo dos candidatos. No entanto, o conceito está presente na gestão de Gilberto Kassab, apresentado pelos projetos da SPTuris e que devem ter continuidade caso José Serra seja eleito. No âmbito federal, o PT de Fernando Haddad, criou na gestão da então Ministra Ana Buarque de Holanda a Secretaria de Economia Criativa, vinculada ao Ministério da Cultura.

A ecologia criativa se alimenta da ecologia ambiental

Tema da moda, a preocupação com questões ambientais e a criação de áreas verdes para a população está presente na proposta dos três candidatos.

A cidade criativa se reinventa continuamente

Celso Russomano não apresenta proposta relacionada com a questão da arte urbana. Haddad preocupa-se com a diversidade e valorização das manifestações artísticas e culturais, especialmente dos jovens e homossexuais, apresentando propostas em diversos itens de seu programa. Mais uma vez, José Serra apresenta um discurso alinhado com o Manifesto e

destaca: “A cultura é um importante vetor de revitalização da cidade, de ocupação de espaços anteriormente relegados, de valorização de identidades e de aproximação entre regiões paulistanas. São Paulo é o mais dinâmico centro de cultura do país, uma usina de arte e criatividade, e deve, cada vez mais, firmar-se como referência mundial de produção cultural”.

São Paulo conta com milhares de imóveis vazios, isolados da dinâmica urbana

O ponto central da proposta do PT de Fernando Haddad critica diretamente o atual modelo de gestão do espaço urbano, submetido aos interesses imobiliários. Sua proposta prevê a criação de um programa de habitação social “com acesso a serviços, cultura e oportunidades, as áreas subutilizadas com grande potencial urbanístico, como a orla ferroviária, antigas áreas industriais e trechos estagnados dos bairros históricos”. José Serra defende a continuidade da política adotada por Gilberto Kassab e no item desenvolvimento urbano promete promover uma remodelagem urbana de São Paulo, tornando a cidade um lugar melhor para se viver e destaca “Reverter este processo também leva tempo, mas é algo que começa aos poucos a mostrar seus efeitos, na forma de recuperação de áreas degradadas, de desconcentração de atividades econômicas e de surgimento de novos polos de desenvolvimento na metrópole, ligados a potencialidades ascendentes”. O candidato do PRB propõe acelerar a revitalização do centro da cidade com ênfase ao adensamento populacional através de moradias.

A riqueza imaterial de uma cidade ganha solidez quando gera também riquezas materiais

Ao tratar do turismo na cidade de São Paulo, Russomano propõe a incentivar a revitalização urbana dos bairros, levando em conta seu perfil socioeconômico a fim de criar Arranjos Produtivos Locais (APLs) e cooperativas de produção e forta-

lecer o desenvolvimento local. Haddad apresenta propostas que seguem a diretriz do Manifesto São Paulo Criativa em dois momentos de seu programa: no item Programa de desenvolvimento econômico acelerado e nas Políticas de Informação e Comunicação. Já na proposta de José Serra, a questão é tratada como item para atração de investimentos e prevê a “implantação de uma política municipal de desenvolvimento, voltada à economia moderna de uma cidade mundial como a nossa, em crescente parceria com o setor privado”, estando, mais uma vez alinhado com a diretriz do Manifesto.

A captação internacional e a produção local de grandes eventos e o fortalecimento da indústria do entretenimento

O programa de Celso Russomano não faz menção aos eventos na cidade de São Paulo. O programa de governo de Fernando Haddad destaca o papel da Prefeitura para estimular a captação de grandes eventos para a cidade, bem como a sua preparação para a Copa de 2014. Eventos internacionais são presentes na proposta de governo de José Serra. O tema é trabalhado com o título “Eventos e Turismo na Cidade Mundial”, apresentando os argumentos presentes na campanha da SPTuris para valorização da imagem da cidade de São Paulo como cidade criativa.

Fortaleceremos a vocação de São Paulo para acolher grandes eventos e turismo de negócios e lazer. Com segurança e qualidade. Nestes últimos oito anos a cidade avançou como nunca nessa direção, graças ao estímulo e aos investimentos municipais e estaduais. Mas será essencial expandir e modernizar os equipamentos públicos, como é o caso da Expo Pirituba e de parte da área do Campo de Marte. Eventos como Fórmula 1, Fórmula Indy, Bienal do Livro, Fashion Week, Virada Cultural e a próxima Copa do Mundo são exemplos de vitalidade, mas preci-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

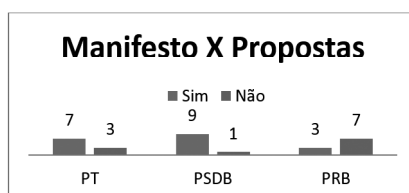
samos dar mais amplitude, eficiência e planejamento à sua organização, de forma mais coordenada, com prioridades definidas e melhor exploração dos espaços disponíveis – alguns, hoje, pouco aproveitados, como os parques do Carmo, da Luz, do Trote, Villas-Bôas, Interlagos, Ibirapuera, o próprio Ginásio do Ibirapuera e o Pacaembu.

Em 10 de janeiro de 2012, o Prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab sancionou o projeto de lei que autoriza a construção da Expo Pirituba, um megacomplexo de eventos estimado em R\$ 5 bilhões, que serão financiados com recursos dos governos federal, estadual e municipal, além da iniciativa privada. O espaço terá mais de cinco milhões de metros quadrados, será 12 vezes maior que o Parque Anhembi e permite a construção de hotéis, 11 pavilhões, centro de convenções, shopping e terminal de ônibus e ainda prevê a construção de uma nova linha de Metrô na região. Todo esse investimento está sendo projetado para receber a Exposição Mundial³ em 2020 ou 2025, evento para o qual a cidade de São Paulo se candidatou em novembro de 2011 e apresentou como tema a “diversidade cultural, de povos, raças e religiões que convivem e harmonia”.

³A Exposição Mundial é promovida a cada cinco anos pelo Bureau International des Expositions (BIE), é considerado o terceiro evento mais importante em termos de impactos econômicos e culturais, perdendo apenas para a Copa do Mundo FIFA e os Jogos Olímpicos. A 1ª edição aconteceu em 1851 na cidade de Londres com objetivo de apresentar e celebrar o progresso industrial e tecnológico em várias áreas e se transformou, ao longo do tempo, em uma referência para a apresentação e intercâmbio de projetos de tecnologia, ciência, economia e cultura entre os países, que são representados com pavilhões nacionais. Durante a última Exposição realizada na China, o evento contou com a participação de 190 países e atraiu 73 milhões de visitantes durante seis meses.

Considerações Finais

Ao estabelecer um cruzamento entre as diretrizes do Manifesto São Paulo Criativa e as propostas de governo dos três candidatos, observa-se que numa análise quantitativa, Serra é o candidato que apresenta o maior número de propostas contempladas de acordo com as diretrizes propostas pelo Manifesto, seguido por Haddad e depois Celso Russomano.



Entre os dois concorrentes no segundo turno das eleições municipais de São Paulo, Serra é o candidato que apresenta um discurso claramente alinhado com as diretrizes do Manifesto, utilizando-se de termos e conceitos como economia criativa e os princípios já estabelecidos na gestão de Gilberto Kassab, no período de 2009 a 2012, para a construção da imagem da cidade de São Paulo como cidade criativa.

Embora a proposta do Partido dos Trabalhadores tenha sete das dez diretrizes contempladas em seu programa de governo, demonstrando uma tendência a dar continuidade aos projetos bem sucedidos na gestão de Kassab, o posicionamento contrário ao papel atribuído à cultura nos processos de revitalização de áreas degradadas do centro de São Paulo é claramente apresentado na introdução do documento que formaliza a proposta. Para o petista, o processo de gentrificação provocado pela valorização imobiliária gerada pela revitalização do centro é "um mecanismo de exclusão social", demonstrando que sua gestão não favorecerá o crescimento do mercado imobiliário meramente especulativo. Tudo leva a crer que, no atual estágio da campanha eleitoral, não seria positivo para

Fernando Haddad assumir publicamente o apoio e a criação de políticas públicas que favoreçam o desenvolvimento da economia criativa. No entanto, as propostas relacionadas à gestão da cultura e as demais políticas apresentadas em seu programa, demonstram a existência de uma articulação transversal para que seja dada continuidade à proposta de posicionamento da cidade de São Paulo como uma cidade global e que concorra internacionalmente aos investimentos de grandes grupos empresariais e turistas internacionais.

O Manifesto colheu até o fechamento deste estudo 2.061 assinaturas eletrônicas de pessoas que apoiam as diretrizes recomendadas para o desenvolvimento de cidades criativas. Embora seja um número pequeno, se comparado ao número de eleitores da cidade de São Paulo, podemos considerar que o site contempla seus objetivos e obteve um desempenho positivo no sentido de influenciar a formulação das propostas dos partidos que concorrem ao segundo turno das eleições.

Referências

BORJA, Jordi; CASTELLS, Manuel. **As cidades como atores políticos**. Novos estudos CEBRAP, n. 45, julho 1996, p. 152-166.

CAIADO, Aurílio Sérgio Costa (Org.). **Economia criativa**. São Paulo: Fundap, 2011.

CANCLINI, Néstor Garcia. Imaginários culturais da cidade: conhecimento/espetáculo/desconhecimento In: COELHO, Teixeira (Org.). **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2008.

COELHO, Teixeira. A cidade e os avatares da cultura. In: COELHO, Teixeira (Org.). **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2008.

DUPAS, Gilberto. **Tensões contemporâneas entre o público e o privado**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

HEINRICH, Bettina. Mudando cidades: um novo papel para a política cultural urbana In: COELHO, Teixeira. (Org.). **A cultura pela cidade**. São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2008.

LAWRENCE; PHILIPS. Compreendendo as Indústrias Culturais In: KIRSCHBAUM, Charles (et al.) **Indústrias criativas no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2009.

MACHADO, Rosi Marques. **Da indústria cultural à economia criativa**. ALCEU. v. 9 - n.18 p. 83 a 95 - jan./jun. 2009.

MIGUEZ, Paulo. Os Estudos em Economia da Cultura e Indústrias Criativas In: NETO, Manoel Marcondes Machado; FERREIRA, Lusia Angelete. **Economia da Cultura**. Contribuições para a construção do campo histórico da gestão de organizações culturais no Brasil. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2011.

PEREIRA, Ethel S. **Mercantilização da cultura**: espaços públicos e a presença das empresas no universo dos eventos. CIP Centro Interdisciplinar de Pesquisa, Faculdade Cásper Líbero, 2008.

Povoado espanhol é pintado de azul para promover filme dos Smurfs. **Olhar direto**. Disponível em: <http://www.olhardireto.com.br/noticias/exibir.asp?noticia=Povoado_espanhol_e_pintado_de_azul_para_promover_filme_dos_Smurfs&edt=26&id=183472>. Acesso em 11. jun. 2011.

Povoado espanhol é pintado de azul para promover o filme dos Smurfs. **Uol notícias**. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br>>.

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

uol.com.br/ultimas-noticias/efe/2011/06/11/povoado-espanhol-sera-terra-dos-pequenos-azuis-no-filme-os-smurfs-3d.jhtm>. Acesso em: 11. jun. 2011.

REIS, Ana Fonseca (Org.). **Economia criativa**: como estratégia de desenvolvimento - uma visão dos países em desenvolvimento – São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria In: ARANTES, Otília et al. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

O TRÂNSITO EM PAUTA: O DEBATE PÚBLICO, POLÍTICO E JORNALÍSTICO SOBRE O PROBLEMA DA MOBILIDADE¹

Mara Ferreira Rovida

O trânsito entrou em definitivo para a pauta da cobertura jornalística das cidades que fazem parte da chamada região metropolitana de São Paulo, composta por 39 municípios. Uma mancha urbana onde, muitas vezes, é difícil identificar os limites de cada cidade. Não que a questão do trânsito seja nova, o que realmente não é, mas parece que as atenções para esse aspecto do espaço urbano tem ganhado mais e mais destaque. Isso acaba por se refletir, inclusive, no debate eleitoral.

O país inteiro se encontra, em 2012, às voltas com o processo eleitoral e já é possível notar nos meses que antecedem o primeiro turno das eleições municipais, principalmente, no debate relacionado ao pleito da capital paulista certo direcionamento para as questões da mobilidade.² Isso inclui as políticas públicas a respeito da organização do trânsito (regras de restrição, faixas exclusivas para determinados veículos, obras

¹ Uma primeira versão deste artigo foi publicada na Revista Parágrafo, v.1, 2013.

² Os materiais usados como fonte de análise neste artigo foram colhidos durante o período que compreende o início de 2012 até algumas semanas antes do primeiro turno das eleições municipais em 7/10/2012.

de infraestrutura viária, entre outros), investimento em transporte público e, claro, sanções e demais penalidades em casos de acidentes e outras situações de violência no trânsito.

Os organizadores das campanhas eleitorais à prefeitura da cidade de São Paulo acompanham as manchetes dos veículos de comunicação e repercutem, seja por meio de notas ou por “eventos” com a participação dos candidatos, tudo que é falado sobre a questão da mobilidade. Basta lembrar que na segunda semana de julho de 2012 praticamente todos os candidatos se arriscaram em “passeios” ciclísticos por São Paulo para mostrar que são a favor das bicicletas na cidade. Isso logo depois da divulgação desastrosa de reportagem no Diário Oficial do Estado de São Paulo em que representantes de órgãos ligados à prefeitura paulistana desaconselhavam o uso das bicicletas nas vias públicas do município por conta da falta de segurança.

A relação entre a pauta jornalística e o discurso oficial dos candidatos demonstra, em alguma medida, falta de contextualização da realidade urbana. Nesse sentido, o público-eleitor dificilmente consegue compreender o que se passa realmente, porque a situação chegou ao ponto observado atualmente e quais iniciativas estão verdadeiramente comprometidas com uma intenção real de melhorar as condições da mobilidade urbana. Nesse aspecto, a crítica aqui apresentada tem como fundamento a noção de que tal forma de tratar essa questão pende para um processo de espetacularização dos problemas da organização social. O que dificilmente pode resultar em um debate, aproveitando-se do momento eleitoral, objetivo e com vistas à elaboração de planos de ação para melhorar a qualidade de vida de quem tem de transitar por esse espaço urbano.

O que a mídia e os candidatos têm “falado”

Com base em alguns recortes de material impresso publicado pela mídia nos meses que antecedem o primeiro turno

O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade

das eleições municipais de 2012, bem como situações que exemplificam a postura da equipe da Rádio SulAmérica Trânsito, emissora do Grupo Bandeirantes de Comunicação especializada na cobertura do trânsito, pode-se ter um panorama de como a questão da mobilidade urbana vem sendo tratada.

É difícil identificar qual episódio definiu como uma das pautas centrais deste processo eleitoral a questão do trânsito. Mas, a insistência no tema ficou mais evidente depois da entrada em vigor da restrição aos caminhões na Marginal do Rio Tietê e adjacências – tais veículos estão proibidos de circular nessas vias das 5 horas às 9 horas e das 17 horas às 22 horas, de segunda-feira à sexta-feira, e das 10 horas às 14 horas aos sábados. A regra, estabelecida pela administração de Gilberto Kassab (PSD-SP), deveria ter sido colocada em prática já em 2011, mas foi postergada e começou a valer em março de 2012. No momento em que tal restrição passou a fazer parte do cotidiano da capital paulista, um grupo de caminhoneiros, sob a tutela de dois sindicatos, começou um protesto. Os caminhões-tanque, responsáveis pelo abastecimento de postos de combustível, pararam de fazer as entregas e, em menos de 48 horas, o caos se instalou na região.

Sem gasolina, álcool ou diesel disponíveis para a população, para os órgãos públicos e para a iniciativa privada (houve impactos até para a frota de ônibus), ficou demonstrada a dependência que a organização social tem do transporte rodoviário. O objetivo dos idealizadores da greve era justamente mostrar que os caminhões são responsáveis por abastecer a cidade em praticamente todos os setores e, assim, assegurar o papel central da categoria. Além disso, eles reivindicavam a possibilidade de redefinir as regras para não serem os mais impactados pelas restrições.

A Rádio SulAmérica Trânsito abordou o assunto a partir de uma perspectiva que tentava demonstrar a ineficácia da medida já em funcionamento em outros locais da cidade. Por

várias vezes, os âncoras da emissora comentaram a nova regra e teceram comparações com os impactos reais verificados em vias onde essa restrição já existia. Com postura semelhante, o jornal Folha de S. Paulo traz, em sua edição de dois de abril de 2012, matéria sobre a Marginal do Rio Pinheiros onde os caminhões não podem circular durante o dia desde 2010. De acordo com o texto, os dados oficiais mostram que no início da regra ocorreu uma melhora significativa na fluidez do trânsito da via, mas isso acabou em pouco tempo. A Avenida Bandeirantes, onde também é proibida a circulação na maior parte do dia, apresenta índices oficiais semelhantes ao observado pela reportagem do jornal na Marginal Pinheiros.

Na área de opinião da Folha de S. Paulo de 10 de março de 2012, o jornal reserva espaço para um debate com posições a favor e contra as restrições à circulação dos veículos de carga durante o dia. Um dos artigos reforça a diminuição do tráfego verificada nos primeiros dias após a entrada em vigor da regra na Marginal do Rio Tietê. Já o artigo contrário à medida da prefeitura defende sua posição a partir de uma crítica ao incentivo da circulação de carros “praticamente vazios” que acabam ocupando muito mais espaço para carregar menos pessoas. No dia 6 de abril de 2012, a mesma Folha de S. Paulo já mostrava que o impacto na fluidez do trânsito na Marginal do Rio Tietê só se verificava na parte da manhã, entre 7 horas e 9 horas. Nos demais horários, não havia, segundo a reportagem, qualquer melhora no tráfego da via.

A revista Veja do Grupo Abril, por sua vez, traz na edição de Veja São Paulo de 14 de março de 2012 um texto extremamente crítico à greve dos caminhoneiros que desabastececeram a cidade de São Paulo. A chamada de capa já deixa clara a posição da revista sobre o tema, “A revolta dos cargas-pesadas – os protestos contra medidas da prefeitura para disciplinar o trânsito mostram que a cidade virou refém dos caminhões”. No texto, não há nenhuma preocupação em contextualizar a

O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade

situação, em apresentar os motivos do protesto ou mesmo em mostrar o “lado” dos profissionais. No título da matéria, na parte interna da revista, fica evidenciada uma postura de julgamento pouco informativa, “Eles atropelaram nosso direito de ir e vir”. De forma caricata, a revista traz num box um resumo de entrevista feita com o presidente de um dos sindicatos responsáveis pelo protesto. A foto que ilustra tal parte da reportagem é a do presidente do sindicato segurando uma miniatura de caminhão com o seguinte título em cima da imagem “Brincando com a cidade”.

O problema do trânsito transborda os limites da cidade de São Paulo e passa a fazer parte das preocupações da administração dos demais municípios da região metropolitana. Isso porque, na tentativa de encontrar caminhos alternativos, os caminhoneiros passaram a circular por bairros periféricos da própria capital e por vias de cidades vizinhas como Osasco, Guarulhos e cidades do chamado ABCD (Santo André, São Bernardo, São Caetano e Diadema). Na edição da Folha de S.Paulo de 28 de junho de 2012, há uma matéria sobre os impactos das medidas da prefeitura da capital paulista observados nas ruas e avenidas das demais 38 cidades da Grande São Paulo. Os prefeitos desses municípios pedem a Gilberto Kassab que repense as medidas tomadas na capital e a Secretaria do Estado de Desenvolvimento Metropolitano apresenta planos de restrições padronizados para todas as cidades que compõem a área. Para que tudo funcione de forma coerente é preciso, segundo o texto, que haja alterações nas regras da capital. Em 13 de fevereiro de 2012, o jornal já trazia como destaque do Caderno Cotidiano o transbordamento do problema do trânsito paulistano para as cidades do ABCD.

Na mesma medida em que a fluidez do tráfego nas cidades da região metropolitana piora e as restrições nas principais vias da capital são intensificadas, surgem outras informações que parecem contradizer o compromisso adotado pela

prefeitura de São Paulo de fazer o que fosse preciso para melhorar a qualidade da mobilidade urbana na capital. Os caminhões de menor porte, os chamados VUCs (veículos urbanos de carga), são liberados para fazer entregas ao longo do dia dentro das zonas de restrição aos caminhões. Para entender melhor esse detalhe, é preciso saber que as regras para as Marginais e adjacências não são as únicas a gerir a circulação dos caminhões pela cidade. Existe ainda a chamada Zona Máxima de Restrição a Caminhões (ZMRC) que compreende uma área grande da capital, as restrições de horários de entrega de produtos perigosos, incluindo combustíveis, entre outros detalhes.

Em 13 de março e 31 de maio de 2012, a Folha de São Paulo mostra que a restrição aos caminhões é flexibilizada com a liberação dos VUCs e isso aquece o setor de vendas desse tipo de veículo. A reportagem tenta mostrar que a medida não ameniza a dificuldade do abastecimento porque para transportar a mesma quantidade de mercadorias de um determinado caminhão grande são necessários, muitas vezes, três ou quatro VUCs. Assim, o processo fica mais caro e força as empresas de distribuição a colocar mais veículos nas ruas. A contradição fica explícita no texto.

O jornal tenta expor o contexto geral da distribuição de cargas no País falando sobre os gargalos da produção como as condições das estradas, a idade da frota de caminhões e as dificuldades dos profissionais em adquirir veículos novos, a nova lei, que regula as horas de trabalho dos motoristas, sancionada pela presidente Dilma Rousseff no meio do ano de 2012, entre outros. Mas, existem lacunas nessa tentativa de contextualização. As matérias aparecem entrecortadas em edições distintas, podem sair na editoria de cidades como na área de opinião ou na parte de economia. Fica clara a dificuldade em ligar cada parte do problema e contextualizar a situação atual.

A exceção para essa constatação é a matéria “Asfalto desigual” publicada na Revista da Folha de 12 a 18 de agosto.

O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade

O texto, baseado em dados cedidos pela Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) da capital paulista, demonstra que a ocupação do espaço das vias públicas revela um cenário de desigualdade que pode corresponder às principais causas da dificuldade de mobilidade na cidade. De acordo com as informações presentes na matéria, no horário de pico, 78% do espaço das vias são ocupados por carros que transportam apenas 28% das pessoas que circulam pelo município. Os ônibus urbanos e fretados, que juntos usam 8% das vias nesse horário, transportam 68% dos indivíduos que transitam pela região. Os caminhões, por sua vez, utilizam 6% das ruas e avenidas da capital paulista na hora do rush. Os índices servem para mostrar que o problema do trânsito tem a ver com a lógica da ocupação do espaço público e, em alguns parágrafos, a reportagem acaba contextualizando a situação de forma a indicar os aspectos que deveriam ser ressaltados durante o debate eleitoral no que concerne ao problema da mobilidade.

Quando o assunto é transporte público coletivo, o problema da falta de contextualização é novamente verificado. Os acidentes recorrentes nas linhas de trens e metrô da região metropolitana de São Paulo ocuparam as manchetes dos veículos de comunicação em várias ocasiões durante 2012. O tema logo virou alvo de debate entre os candidatos à prefeitura da capital. Por um lado, havia quem defendesse o modelo do Governo do Estado de São Paulo e, por outro, quem dissesse que tais situações eram resultado de uma administração desastrosa. Houve troca de insultos e críticas entre candidatos ligados ao Governo estadual e ao Governo federal.

A imprensa não foi capaz de aproveitar o momento dos acidentes e demais problemas verificados no transporte sobre trilhos para debater a totalidade do sistema de transporte coletivo. Virou “moda” reportagens em que os jornalistas fazem trajetos junto com personagens urbanos. Eles acompanham pessoas que madrugam para chegar todos os dias em seus lo-

cais de trabalho e, para isso, utilizam várias conduções. Fica difícil perceber nesse tipo de reportagem como esses trajetos poderiam ser diminuídos ou mesmo se é possível dinamizar o sistema de transporte público. Há indicadores que mostram a ineficiência do sistema de ônibus na capital o que poderia corresponder por parte do aumento de usuários do metrô, por exemplo, mas isso é pouco ou quase nada explorado nas matérias.

Se, por um lado, o incentivo ao uso do transporte coletivo é defendido pelos próprios órgãos de imprensa, por outro, as matérias que mostram as condições dos usuários do sistema acabam reforçando que vale mais a pena ficar parado no congestionamento dentro de um carro do que parado no mesmo lugar dentro de um ônibus. Essa dinâmica pouco informa, pouco contextualiza e mais parece um movimento cíclico em que se chega a conclusão de que não há o que fazer, não há solução. Essa é a sensação expressa por muitas pessoas que vivem, trabalham e estudam na região metropolitana de São Paulo.

Aproveitando-se desse sentimento de desilusão e falta de perspectiva em melhorias, a mídia e os candidatos acrescentam ao debate outros personagens, intensificando ainda mais a falta de contextualização. Isso se verifica quando entra em pauta a questão das motocicletas e das bicicletas. Parece que o movimento dos ciclistas, bem organizado e muito articulado, acabou pressionando os candidatos a defenderem as bicicletas na cidade. Não há quem levante bandeira contrária, exceto a Rádio SulAmérica Trânsito que afirma, por meio de seus âncoras e repórteres, que o traçado das ruas da capital paulista representa perigo para o convívio de motos, carros e bicicletas.

A pressão dos cicloativistas acabou repercutindo na posição adotada pela gestão de Gilberto Kassab, na prefeitura paulistana, que obrigou a CET a tomar medidas punitivas mais duras contra motoristas que não respeitam os ciclistas. A me-

O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade

didada gerou desconforto por todos os lados, afinal nem mesmo os agentes de trânsito sabiam como colocar em prática regras como a distância mínima que o motorista do carro deve manter do ciclista que é de 1,5 metro. Como mensurar isso no trânsito? Reportagens que tentam mostrar a dificuldade de visualização de pedestres e ciclistas em algumas vias, em geral, são rechaçadas e os candidatos à prefeitura da capital preferem não repercutir esses detalhes.

Em entrevistas à Revista da Folha, todos os candidatos deixaram entrever que não possuem um plano audacioso para melhorar o sistema de transporte público da capital. A maioria, inclusive, defendeu o uso do helicóptero pelo prefeito no cumprimento de sua agenda, o que reforça a ideia de que bicicleta e metrô não podem ser o principal meio de transporte oficial.

Mesmo sem um plano de governo definido com projetos claros para lidar com a questão do trânsito, os candidatos aproveitaram-se da temática em aparições públicas, debates promovidos pela imprensa e demais exposições midiáticas (o que inclui seus espaços de propaganda política no rádio e na televisão). O candidato do PRB-SP, Celso Russomanno, por exemplo, abordou o tema em sua propaganda apresentando como proposta a tarifa de ônibus proporcional. Com pouca fundamentação e sem planejamento, a ideia virou alvo de críticas de outros candidatos que o acusaram de ser inexperiente ao apresentar uma proposta que prejudicaria os moradores de bairros periféricos. Essa situação, decorrida nas últimas semanas de campanha antes do primeiro turno, certamente prejudicou Russomanno, até então, o candidato mais bem cotado para a disputa do segundo turno. Ele acabou vencido por José Serra do PSDB-SP e por Fernando Haddad do PT-SP.

A candidata Soninha Francine do PPS-SP apresentou e, de certa forma, testou uma das propostas mais controversas de solução para o problema da mobilidade de São Paulo, o pedágio urbano. A ideia tem sido cogitada por alguns urbanistas,

engenheiros e outros especialistas em trânsito, mas não havia sido contemplada por nenhum político, candidato, justamente pelo aspecto negativo que comporta. Soninha afirmou em várias situações públicas que sua ideia não era impedir a circulação de carros no centro expandido da capital, mas sim de desestimular o uso desse tipo de meio de transporte. O problema é que ela não apresentou nenhum complemento a essa proposta para facilitar o acesso à região “fechada” pelo pedágio por meio de transporte coletivo, por exemplo.

O eterno candidato Levy Fidelix do nanico PRTB-SP, partido que fundou em 1997, já se tornou conhecido pela proposta de um trem rápido que ligaria lugares importantes da cidade, e da região metropolitana, batizado de aerotrem. A ideia, de acordo com o próprio candidato, já foi copiada por outros políticos, mas ele, em sua rápida aparição na propaganda eleitoral obrigatória na televisão, afirma que boas propostas podem e devem ser copiadas para o bem da cidade.

Os dois candidatos que foram para o segundo turno, José Serra e Fernando Haddad, não apresentaram propostas ousadas ou diferentes sobre o tema. Eles se limitaram a propor ampliações e melhorias em sistemas já em funcionamento na cidade, principalmente no que diz respeito ao transporte coletivo. Mas, ambos se alinharam ao debate sobre a mobilidade, participando inclusive de passeios ciclísticos e de transporte público ao longo da campanha.

Enquanto isso, os recordes de congestionamento se sucedem, e o número de assaltos a caminhoneiros aumenta – houve alta de 39% no primeiro mês de restrição na Marginal do Rio Tietê e adjacências –, o volume de motocicletas – veículos menores, mais ágeis e mais baratos do que o transporte coletivo – cresce nas ruas não só da capital como também nas demais cidades metropolitanas e aumenta o número de acidentes resultando em mais mortes e mais inválidos que encarecem a folha de pagamento do Instituto Nacional de Seguro

**O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade**

Social (INSS) – conforme matéria da Folha de S. Paulo de 17 de janeiro de 2012. A pauta se estende e chega até ideias radicais como o pedágio urbano e outras formas de restrição que aparecem sozinhas sem suporte, por exemplo, em aprimoramento do transporte coletivo. As promessas a esse respeito se restringem a projetos de longo prazo como a previsão de ampliação do metrô, o que pode demorar ainda cinco anos ou mais para representar uma mudança efetiva na circulação pela cidade. Para a próxima gestão, o que se pode esperar?

A pergunta parece longe de ser respondida pelos candidatos e ainda mais distante das páginas dos jornais e revistas. Mas, há formas ou caminhos que poderiam ser explorados para que o contexto geral da mobilidade urbana não fosse tratado como um espetáculo resumido a índices recordes de congestionamento, graves acidentes, leis controversas, entre outros eventos grandiosos, mas com baixo impacto informativo.

Por que isso acontece? Por que o trânsito é tão violento? Por que a lei imposta aos cidadãos no que concerne a seu direito à circulação causa tanto debate? Por que tais restrições à mobilidade são as regras mais infringidas em São Paulo? Por que os ciclistas precisam gritar que também têm direito de circular pelas ruas? Por que os pedestres são os atores menos respeitados no trânsito e os caminhoneiros os mais atingidos pela legislação municipal?

A observação da organização social brasileira guarda algumas indicações pertinentes sobre as relações sociais no espaço público e, portanto, pode trazer a tona algumas ideias sobre possíveis respostas a essas questões.

Porque o trânsito enlouquece as pessoas

O antropólogo Roberto DaMatta desenvolveu uma pesquisa sobre o trânsito, a pedido do Detran do Espírito Santo. Ele usou, nessa análise do espaço público, sua visão da organização social brasileira para tentar desvendar o que contribui

para que a mobilidade se tornasse um aspecto tão complicado da vida urbana.

A partir da ideia de que a sociedade brasileira se organiza em torno de dois espaços sociais distintos, a casa e a rua, DaMatta propõe ser o Brasil um País de origens aristocráticas cujas relações são hierarquizadas. Nessa perspectiva, os indivíduos transitam, por um lado, em um lugar de intimidade – onde o sujeito social exerce papéis definidos e possui uma identidade bem delimitada – que corresponderia ao espaço da casa e, por outro lado, eles também circulam pelo espaço público, identificado por DaMatta como a rua, onde as regras imperam e a impessoalidade marca as relações sociais.

A rua como categoria genérica em oposição a casa, é o local público, controlada pelo “Governo” ou pelo “destino”, essas forças impessoais sobre as quais o nosso controle é mínimo. [...] [a rua é] um domínio semidesconhecido, povoado de personagens perigosos (1997, p. 93).

O trânsito, embora faça parte desse espaço da rua onde as regras imperam, acaba servindo de palco para disputas baseadas na postura hierarquizada da organização social brasileira. Isso porque, as lógicas da casa e a da rua se entrecruzam, segundo DaMatta, e muitas vezes isso resulta em desvirtuamentos. Isto é, existem momentos e situações em que a lógica da casa invade a rua e vice-versa. Um dos exemplos mais estudados pelo autor é o carnaval. Mas, a festa não é o único momento de desvirtuamento observado nesta sociedade. As hierarquias – tipicamente criadas no âmbito familiar da casa e baseadas nas relações desfrutadas pelo indivíduo – acabam marcando a postura dos cidadãos num espaço social formatado para o igualitarismo e é esse o ponto de partida para entender porque o trânsito é violento e porque as disputas pelo direito supremo a mobilidade são tão acirradas.

O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade

O fato concreto, reiteramos, é que o trânsito põe a nu nossas receitas hierárquicas e sua inaplicabilidade no mundo moderno, o qual, obviamente, começa e tem uma presença marcante e irreconhecível nas vias públicas (DaMatta, 2010, p. 97).

[Esta seria] a maior contradição da vida moderna brasileira. O encontro complicado, que já foi chamado de *dilema* (grifo do autor), de um espaço público construído como igualitário, mas sobre o qual condutores de veículos e pedestres atuam com expectativas hierárquicas (DaMatta, 2010, p. 98).

O resultado desse processo, em que os indivíduos buscam manter a hierarquia das relações sociais num espaço configurado para ser igualitário, é desastroso. Disso decorreriam os índices de violência no trânsito, justamente pela incompatibilidade, anotada pelo autor, entre comportamento e cenário social.

Na opinião de DaMatta, tal processo baseado nas características das relações sociais brasileiras deve ser levado em conta para que se compreendam as causas de tantos acidentes (muitos com mortes) no trânsito do País. “(...) dentro de um veículo – viramos nazifascistas. Transformamos-nos em hierarcas superiores em um espaço marcado pela igualdade” (DaMatta, 2010, p. 8). Esse comportamento ficará expresso em várias situações, desde as disputas por espaço até as relações com os agentes do Estado cujo papel objetiva fazer com que as leis sejam cumpridas – mas isso não serviria para todos, apenas para aqueles que são mal relacionados.

Se as leis servem apenas para quem não desfruta de boas relações, isso indica que as regras restritivas aplicadas de forma não-igualitária podem, no fundo, seguir essa lógica. Assim, a busca por culpados pelos congestionamentos é comum. Na citada reportagem da revista *Veja São Paulo*, os caminhoneiros

são “eles” e os motoristas de carros somos “nós”. Se a lógica das relações hierarquizadas defendida por DaMatta como a base da estrutura social brasileira for aplicada a essa situação específica, poderia ser afirmado que a revista reforça essa noção de que aos outros deve-se aplicar uma lei, uma regra rígida. Isso tudo para garantir o direito dos “meus”, isto é, daqueles que fazem parte do “meu” grupo.

Ainda tomando o exemplo da revista, pode-se pensar que para levar adiante essa noção de “eles” e “nós”, que aparece já no título da reportagem conforme citação anterior, a cidade é tida como uma espécie de casa e os membros da família que ali habitam são os motoristas de carro. Os caminhoneiros poderiam ser equiparados, nesse caso, a passantes, meros desconhecidos sem relação alguma com a família da cidade. Em nenhum momento a reportagem deixa entrever que muitos desses profissionais também moram na região e que quase a totalidade do abastecimento da cidade é feita por esses motoristas. Não há, no texto da revista, uma relação entre “eles” e “nós”, exceto pelo prejuízo que a greve “deles” causa à “nossa” cidade.

Essa comunicação é desenvolvida com base na ausência de relação entre os indivíduos representados na narrativa jornalística, isto é, os responsáveis pelo problema e os vitimados pela situação “estariam” separados por um suposto antagonismo.³ Nesse sentido, o direito é de quem quer abastecer o carro e o dever é de quem protesta e, assim, descumpra sua obrigação. Tal perspectiva revela a hierarquia de posições ocupadas por cada ator do trânsito presente na reportagem. Essa postura acaba sendo mais comum e está mais arraigada do que pode parecer. DaMatta comenta em seu estudo sobre o trânsi-

³ Ver mais sobre o debate a respeito do antagonismo maniqueísta presente em certas abordagens jornalísticas em MEDINA, Cremilda. *Notícia – um produto a venda*. Summus, São Paulo: 1978. E em MEDINA, Cremilda. *Ciência e jornalismo – da herança positivista ao diálogo dos afetos*. Summus, São Paulo, 2008.

O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade

to que a rua, como palco de demonstrações das hierarquias sociais brasileiras, já era assim considerada durante o período colonial.

A utilização diferenciada de vias e de espaços públicos em geral é uma característica de sistemas arcaicos e hierarquizados. No caso do Brasil de Dom João VI, o uso das vias públicas pelos aristocratas marcava um momento especial, semelhante ao que vemos ainda hoje quando uma alta autoridade circula pela cidade (DaMatta, 2010, p. 36-37).

Quando a discussão gira em torno do transporte coletivo, essa perspectiva da hierarquização das relações se revela ainda mais evidente. “O automóvel é uma opção, diga-se logo, que está em harmonia com o estilo aristocrático de evitar o contato com a plebe ignara, o povo pobre” (DaMatta, 2010, p. 18). Essa observação dos comportamentos, segundo o autor, já foi demonstrada por Gilberto Freyre quando este analisou as relações sociais brasileiras na época do bonde. Anteriormente, as pessoas de “boa” família circulavam nas ruas em cadeirinhas, tálburis e demais meios de transporte individualizados que evitavam o contato direto com a “gente comum”. Esses veículos, cuja tração era animal ou humana, foram substituídos pelos bondes, implantados no Centro-sul do Brasil pela empresa canadense Ligth. Tal meio de transporte propiciou certa democratização do uso do espaço público no País, afinal todos os tipos de pessoas usavam o bonde. Mas, esse processo durou pouco, pois as “boas” famílias começaram a adquirir automóveis e, assim, definiram outra forma de manter as diferenças hierarquizantes no espaço da rua.

Se tal visão de mundo realmente norteia os comportamentos do brasileiro, seria possível atribuir a essa lógica a responsabilidade pela defesa quase incontestada dos direitos de quem se destaca no espaço público por seu poder de consumo.

Mesmo que os carros de passeio transportem número inferior de pessoas e ocupem a maior parte das vias públicas, os debates recentes apresentados pela mídia e levados a diante pelos candidatos à prefeitura paulistana se alinham à lógica do motorista de carro. Mesmo quando a pauta se relaciona à integração das bicicletas ao sistema de transporte, esse veículo é colocado como “uma forma alternativa” a “forma comum, usual” de transporte que seria o automóvel. Essa lógica é observada pela urbanista Erminia Maricato:

De todos os fatores que contribuem para a piora na condição de vida das metrópoles, o modelo de mobilidade baseado na matriz rodoviarista, especialmente no automóvel, e o relativo desprezo pelo transporte coletivo são, talvez, os de maior impacto (Maricato, 2011, p. 79).

DaMatta também traz nesse estudo sobre o trânsito outros aspectos da dificuldade de convívio saudável no espaço público da rua, consequência da própria configuração social brasileira. Mas, será possível escapar a essas fórmulas hierarquizantes para defender uma atitude responsável por parte de quem transita pela cidade? De que maneira essas questões poderiam ser incorporadas ao debate político num período de eleição? Que papel os veículos de comunicação tem nessa conjuntura?

A comunicação dialógica como saída à espetacularização

A mobilidade tornou-se aspecto central para o debate sobre as questões urbanas, principalmente no período eleitoral, momento em que o cenário público vira palco para a discussão sobre as necessidades da população. Nesse sentido, os jornalistas – para deixar de lado a imagem de “veículos de imprensa” que parece um tanto artificial – desempenham um papel fundamental como mediadores desse processo.

**O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade**

Sua função é estabelecer pontes na realidade dividida, estratificada em grupos de interesse, classes sociais, extratos culturais e faixas até mesmo etárias. O que Abraham Moles muito propriamente definiu como *vaso comunicante* (grifo da autora) (Medina, 1982, p. 22).

Cremilda Medina defende como aspecto central do papel desempenhado pelo jornalista na sociedade contemporânea um compromisso com o diálogo, com a criação de espaços de encontro entre as diversidades, entre os representantes dos vários grupos que fazem parte da organização social. Esse aspecto da profissão, entendida como esfera de mediação social, acaba sendo ainda mais importante quando as pautas trabalhadas tratam de temas controversos e de grande impacto na vida dos indivíduos. Tal interpretação se aplica coerentemente ao tema aqui analisado.

Numa comparação entre a postura comprometida com o papel de mediação social, por um lado, e o comportamento espetacularizado do jornalista, por outro, Medina apresenta duas tendências distintas de entrevista e reportagem, a de espetacularização e a de compreensão (Medina, 1986, p. 15). No primeiro tipo de produção jornalística observa-se uma busca pelo pitoresco, pelo inusitado, pela condenação (exemplo da *Veja* São Paulo já citado) e pela ironia “intelectualizada”. Conforme a autora indica, nesse tipo de abordagem, o jornalista consegue apenas uma “caricatura” da realidade e a superficialidade que impregna a comunicação acaba por impedir o debate e o processo informativo se define pelo espetáculo. Já na segunda tendência, o compromisso do repórter, função essencial do jornalista, é de aprofundamento da informação. “O repórter no sentido mais amplo de sua função de intermediador na sociedade não é um especialista. É especializado, sim, na técnica de reportagem” (Medina, 1986, p. 16-17). Dentro dessa tendência, observam-se exemplos de humanização da infor-

mação apresentada, investigação aprofundada dos fatos noticiados e polemização dos debates, afinal é muito mais produtivo abrir espaço para a polêmica do que optar por um único ponto de vista pronto e acabado sobre questões ainda indefinidas.

Ao trabalhar com base nessa tendência de compreensão, nomenclatura apresentada por Medina, o jornalista acaba por criar um espaço de diálogo e sua comunicação será marcada pela dialogia.

As práticas dialógicas requerem generosidade, empenho e ação criativa. [...] Os impasses, as impotências ou os paradoxos do caos só projetam um encaminhamento dinâmico se houver negociação. Pelo menos em sociedade, a dialogia dá forma a atos emancipatórios (Medina, 1986, p. 15).

A interpretação da autora a respeito desse potencial de mediação social do jornalista define um papel central para esse ator social em processos como as eleições, período em que os problemas da cidade são expostos e os candidatos apresentam suas propostas para resolvê-los ou, ao menos, dizem como pretendem lidar com eles.

Em algumas situações, a dificuldade está na contextualização do problema, isso porque quando se trata da realidade urbana há inúmeras relações que contribuem para determinadas ocorrências. No caso da mobilidade não é diferente e em algumas reportagens aqui mencionadas existem tentativas de demonstrar os vínculos do debate sobre o trânsito com outras questões nem sempre tão evidentes. Para lidar de forma competente com situações que desafiam o jornalista em sua capacidade de articular os fatos que contribuem com a realidade retratada, Medina indica:

Quatro instrumentos de aferição e aprofundamento compreensivo do real: a humanização dos protagonistas da

**O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade**

ação social, o contexto abrangente do acontecimento pontual, as raízes histórico-culturais da situação em foco e os diagnósticos e prognósticos dos especialistas que pesquisam o tema. [...] [Para obter] uma interpretação senão definitiva, pelo menos razoavelmente complexa (Medina, 2009, p. 225).

Para alcançar esse objetivo, é imprescindível demonstrar que, mesmo divididos em grupos com interesses diversos, os atores sociais convivem num mesmo espaço público e enfrentam solidariamente os mesmos problemas de mobilidade.

O espaço do trânsito se revela, inclusive, um palco privilegiado onde os atores sociais são obrigados a se perceber como iguais, mesmo sabendo-se ou querendo-se diferentes, conforme revelado por DaMatta. Assim, a discussão sobre a restrição aos caminhões deve estar articulada ao restante da organização social posto que esse grupo profissional não está isolado do resto da sociedade. As implicações desse tipo de medida se refletem na vida de todos e essa contextualização, que parece fugir à observação dos jornalistas no material selecionado para esta análise, é essencial para o debate.

Quanto às questões ligadas ao transporte público, é notável e, em alguma medida, preocupante a falta de articulação entre os fatos noticiados. O foco é colocado separadamente ora na malha da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), ora no metrô, ora nos ônibus. Praticamente nunca se percebe nessa cobertura tratar-se de um sistema articulado que compreende os meios de transporte públicos da capital e da região metropolitana, ou seja, as linhas intermunicipais e as demais estruturas de transporte coletivo de outros municípios também fazem parte desse conjunto. Esse sistema, quando bem apresentado, acaba evidenciando a necessidade de negociações que extrapolam os limites dos municípios. Assim, o debate político no processo eleitoral deveria expor a disposição dos

candidatos em lidar com os problemas da cidade de forma articulada com as administrações dos demais municípios e, claro, com as instâncias estadual e federal. Tal articulação se faz imprescindível para que as propostas de melhoria da mobilidade nessa mancha urbana sejam eficientes e não se esgotem em promessas mirabolantes ou intervenções desastrosas que acabam prejudicando o cidadão comum.

Algumas considerações

Guy Debord já chamava a atenção para o processo de espetacularização do social na década de 1960, em textos que deixam claras as contribuições do avanço do capitalismo para um processo que torna as relações sociais superficiais e cada vez mais espetaculares. Essa lógica impregna os meios de comunicação e se faz presente na postura adotada pelos comunicadores, dentre eles os jornalistas que perseguem a todo custo uma produção “bombástica” que “venda” seu jornal, revista ou programa de TV e de rádio.

Nessa busca pela audiência, pela repercussão, pela venda de mais exemplares, perde-se de vista o papel que cabe a esse profissional na vida em sociedade. Essa inversão de valores acaba contribuindo para processos que confundem, em vez de informar; processos que enganam, em vez de esclarecer; processos que “deformam”, em vez de informar; processos que espetacularizam, em vez de contextualizar. E, diferentemente do que é, muitas vezes, alardeado no meio midiático, essa postura não é “a responsável” pela audiência e nem é “aquilo” que o público quer.

Qualquer cidadão que perde de três a quatro horas no trânsito todos os dias, certamente, gostaria de entender porque essa situação se tornou comum em sua cidade. Conhecedor da complexidade do problema, que não se resume a questões simplórias como restrições, rodízios, entre outros, esse cidadão teria mais condições de fazer suas escolhas nas eleições

O trânsito em pauta: o debate público, político e jornalístico
sobre o problema da mobilidade

e, claro, reivindicar seus direitos e apoiar aqueles que o fazem, com toda razão. Portanto, fomentar essa realidade, em que o direito à informação (contextualizada e articulada) serve de diretriz para a produção jornalística, é uma potencialidade do jornalista comprometido com seu papel de mediador social.

Referências

DAMATTA, Roberto. **A casa & a rua**. Guanabara Koogan, Rio de Janeiro: 1991.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rocco, Rio de Janeiro: 1997.

DAMATTA, Roberto. **Fé em Deus e pé na tábua**: ou por que o trânsito enlouquece no Brasil. Rocco, Rio de Janeiro: 2010.

MARICATO, Erminia. **O impasse da política urbana no Brasil**. Vozes, Petrópolis: 2011.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista, o diálogo possível**. Ática, São Paulo: 1986.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Profissão jornalista**: responsabilidade social. Forense Universitária, Rio de Janeiro: 1982.

MEDINA, Cremilda de Araújo. Déficit de abrangência nas narrativas da contemporaneidade. In: MEDINA, Sinval e MEDINA, Cremilda de A. (Orgs). **Energia, meio ambiente e comunicação**. Série Novo Pacto da Ciência. Mega Brasil, São Paulo, 2009:223-254.





**SEGUNDA
PARTE**

**MÍDIA, IDENTIDADE
E PODER SIMBÓLICO**





FORMAS ESPECÍFICAS DE PRODUÇÃO CULTURAL DOS FÃS BRASILEIROS DA SÉRIE BRITÂNICA DOCTOR WHO

**Luís Mauro Sá Martino
Ângela Cristina Salgueiro Marques
Thaís de Auxílio**

Os estudos sobre fãs de produtos da mídia, especialmente de filmes, programas de televisão e música vêm ganhando um espaço crescente no âmbito das pesquisas em Comunicação. Se, até um passado recente, essas práticas – assim como outras ligadas à chamada “cultura da mídia” – não eram consideradas no âmbito acadêmico senão como “frivolidades” (Morin, 1998, p. 235), nota-se uma mudança nesse ponto de vista a partir das últimas décadas do século XX. Neste sentido, a procura pela compreensão das práticas dos fãs se torna objeto de inúmeras investigações que objetivam dimensionar os vários aspectos da relação entre mídia, audiência, produção, circulação e consumo.

Nesse cenário, o objetivo deste texto é revelar que as comunidades virtuais de fãs não são apenas espaços de troca, de engajamento e de participação em discussões que tratam de aspectos de produtos midiáticos específicos, mas também, e sobretudo, espaços de intensa produção e apropriação criativa por parte dos fãs. Enfocamos especificamente a comunidade

virtual de fãs da série de televisão britânica *Doctor Who*, exibida desde 1963 na Inglaterra e desde 2012 pela TV Cultura de São Paulo. Metodologicamente, optou-se pela observação participante na comunidade online, secundada por entrevistas em profundidade com alguns de seus membros mais ativos de maneira a buscar, em suas falas, pistas para compreender suas práticas, desde a participação online na comunidade até suas formas de (re)apropriação e articulação de significados. Partimos da hipótese de que a configuração das comunidades de fãs como espaços de efetiva produção e reinvenção dos conteúdos midiáticos gera entre os membros uma certa disputa (velada ou anunciada) por legitimidade, objetivada no senso de anterioridade do “vínculo” com o produto. Procurou-se também observar a construção do prestígio individual dentro da comunidade a partir de três elementos: (a) o conhecimento detalhado da série e seus subprodutos; (b) o consumo de elementos materiais (camisetas, figuras de ação, objetos da série) e (c) a produção cultural dos fãs.

A pesquisa empírica foi realizada em duas etapas. Primeiramente, foram escolhidas as 50 pessoas mais ativas na comunidade “Whovians-SP”, do Facebook, responsáveis pelo maior número de postagens. Foi enviado um questionário via email para identificar o grau de seu envolvimento com a série. Foram obtidas quarenta e duas respostas e, a partir delas, foram escolhidas as onze pessoas mais engajadas no que diz respeito a esses três itens – conhecimento, produção e consumo. Essas pessoas foram entrevistadas presencialmente ou via *skype*.

As análises qualitativas dos dados destacam depoimentos organizados em torno de três principais aspectos que denotam uma pessoa como fã: a cultura material, a produtividade e o conhecimento da mitologia da série. Esses três eixos analíticos expressam os elementos mais valorizados pelos fãs entrevistados para “provar” seu amor à série e para marcar uma diferenciação de *status* dentro do grupo.

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica *Doctor Who*

A cultura material relaciona-se com os objetos concretos que eles possuem relacionados à série. Esses objetos denotam identidade e “provam” que eles são fãs “de verdade”, dependendo do valor atribuído a cada objeto dentro da comunidade.

A produtividade – e também a construção de um status prestigiado dentro da comunidade - está relacionada à dedicação dos fãs a determinadas atividades, como *cosplay*, *fanfiction*, fã-site, *fansubbing* e fã-clube, embora haja outras manifestações menores. Os fãs de *Doctor Who* por nós entrevistados passam várias horas do dia se dedicando à série, em atividades como assistir os episódios, ler livros, procurar informações na internet, postar na comunidade “Whovians-SP”, discutir teorias sobre a série com os amigos via internet ou presencialmente, comprar objetos da série, assistir vídeos, criar vídeos, escrever e ler *fanfiction*, preparar *cosplay*, organizar um fã-clube, postar notícias em fã-sites, entre outros.

Por fim, o conhecimento da trama da série, apesar de ser mais subjetivo, é um dos pontos que prova o nível de envolvimento com o objeto de adoração. A valorização das informações relacionadas à série é importante no sentido de aumentar a reputação e a autoridade de um membro dentro da comunidade. A seguir, todas essas manifestações serão vistas mais de perto.

Este texto estrutura-se em três partes. Em primeiro lugar, uma breve discussão dos conceitos que orientaram a pesquisa empírica. Em seguida, contextualiza-se a produção dos fãs a partir de uma descrição da série britânica *Doctor Who*. Finalmente, são apresentados e comentados os dados obtidos nas entrevistas.

O *fandom* como prática social nos estudos de Comunicação

A origem da palavra fã é controversa. Aos olhos do senso comum, fãs tendem a ser vistos como indivíduos monote-máticos, com uma dedicação ao objeto de adoração que ultrapassaria os (questionáveis) limites do socialmente aceito. Em

um estudo clássico sobre o tema, Jenson (1992) inicia sua argumentação exatamente questionando essa disposição social em relação ao fã: segundo ele, o indivíduo que gasta parte considerável de sua renda reunindo material sobre seu músico favorito tem uma “patologia”; o milionário que arremata uma obra de arte por milhões de dólares é um “coleccionador”.

A partir dos anos 1980, embora com manifestações esporádicas anteriores, os estudos sobre fãs e suas comunidades (o *fandom*) entraram na agenda dos estudos de Comunicação. De modo mais amplo, estruturaram-se a partir dos estudos de cultura da mídia (*popular culture*) e de recepção levados a efeito por pesquisadores associados, de maneira mais próxima ou mais distante, aos chamados “Estudos Culturais”. Estudos clássicos como *Subculture*, de Hebdige (1979), *The NationWide Audience*, de David Morley (1980), *Watching Dallas*, de Ian Ang (1985) e, sobretudo, *The Adoring Audience*, organizado por Lewis (1992), além de diversos outros trabalhos, delinearão uma perspectiva de pensar o fã a partir de uma abordagem vinculada à formação de comunidades e de articulação de significados dentro de referências culturais diversas. A temática ganhou várias outras contribuições nos anos seguintes, afirmando-se como um assunto relevante no campo da Comunicação e dos Estudos Culturais.

A definição inicial do que é um “fã” está longe de ser objeto de consenso. Uma obra de referência, o *Dictionary of Media Studies*, oferece um ponto de partida:

Um membro da audiência que tem alguma forma de admiração intensa e extensiva por uma atividade ou celebridade. O senso comum e o jornalismo tendem a ser críticos desses fãs, no sentido de achar que há algo de errado nas admirações desse tipo. Esses indivíduos são vistos como tristes, solitários, histéricos e até mesmo portadores de patologias. Os estudos de mídia desenvol-

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica Doctor Who

veram uma importante linha de trabalhos que contestou esses estereótipos, buscando ressignificar e investigar os fãs (2007, p. 128).

Em estudo sobre o tema, Jenkins (2006, p. 17) explica que a palavra “fanático” faz referência a uma “adoração ou afeição falsa e excessiva”. Ele acredita que “o significado de fanático denota os fãs como uma categoria escandalosa desde o começo” (2006, p. 17). Por sua vez, Jenson (1992), em um capítulo de *The Adoring Audience* sintomaticamente intitulado “*Fandom* como patologia: as conseqüências da caracterização”, explica como indivíduos podem desenvolver um relacionamento compensatório com celebridades, do ponto de vista psicológico, em vez de viver a própria vida, em sentido próximo ao apontado por Morin (1968, 1971) em suas incursões pelo tema em “As estrelas” (1968) e “Cultura de Massas no Século XX” (1971). O pesquisador francês encontra, em seus estudos, uma forte relação de projeção/identificação entre os ídolos e seus fãs.

Entretanto, o fã não pode ser concebido como um mero “adorador platônico” de seu(s) ídolo(s). O fã, ao se apropriar daquilo que é massivamente construído e fabricado em torno de seu objeto de adoração, produz cultura: inventa, cria e constitui formas e códigos simbólicos próprios. É esse processo que fornece as linhas definidoras do conceito de *Fandom*. Segundo Jenkins,

Fandom é um veículo para grupos subculturais marginalizados (mulheres, jovens, gays, e além) para abrir espaço para seus consentimentos culturais dentro das representações dominantes; *fandom* é uma forma de apropriação de textos da mídia que implica relê-los de forma que sirva a variados interesses, uma forma de transformar a cultura de massa em cultura popular (2006, p. 40).

Duas características merecem aqui maior destaque. Em primeiro lugar, a compreensão do *fandom* como forma de resistência ao permitir que códigos e modos de vida marginalizados, muitas vezes ocultos socialmente, não só alcancem visibilidade no cenário e na ordem de códigos culturais dominantes, mas produzam estranhamento, tensão e disputas simbólicas por meio de práticas contra-hegemônicas. A interpretação do *fandom* como contestação cultural é salientada por Hills (2002), ao mencionar que a atribuição a si mesmo de uma identidade de “fã” significa o vínculo com práticas de baixo prestígio social, vistas como triviais, banais e mesmo desnecessárias.

Em segundo lugar, ao mencionar que o *fandom* é uma atividade de apropriação e interpretação de textos ficcionais midiáticos, Jenkins (2006) destaca sua intrínseca relação com a cultura popular. Esta última, produzida por grupos marginalizados relaciona-se à produção simbólica por meio da qual as pessoas entendem e produzem seu mundo. Há uma ênfase na produção de sentido resultante da prática dos sujeitos.

A cultura da mídia (pensada sobretudo no sentido anglo-saxônico de *popular culture*) diz das inúmeras intervenções ativas e criativas capazes de apropriar-se do massivo de maneira original, gerando com isso novas formas culturais. Esse entendimento corresponde, segundo Jenkins (2006), ao momento contemporâneo da pesquisa acadêmica na área, que tende a perceber o fã como um consumidor e, ao mesmo tempo, produtor de cultura, uma vez que coloca em circulação produtos derivados da sua adoração.

Isso, evidentemente, não o desliga do circuito econômico de produção cultural. Nesse sentido, Grossberg (1992, p. 63) explica que “é na cultura de consumo que a transição de consumidor para fã se efetua. É a partir daí que buscamos a construção de nossas identidades, porque não há outro espaço disponível para isso”. Outro elemento de destaque nas investigações sobre *fandom*, lembra Hills (2002), concentra-se sobre

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica Doctor Who

a produção cultural dos fãs. Para Jenkins (2006, p. 41), uma das características essenciais do *fandom* é a “habilidade de transformar a reação pessoal em interação social, a cultura espectral em cultura participativa”. Esse elemento de produtividade, aliás, é o ponto de diferença entre a audiência comum e os fãs.

O fã utiliza os textos da mídia para a produção do significado de sua própria vida, algo que se conecta com suas experiências, necessidades e desejos. Sob esse aspecto, os fãs são a audiência mais ativa, o público mais fiel, os aficionados que dedicam boa parte de seu tempo a procurar e trocar informações a respeito de seu filme, série ou artista favoritos. Além de produzirem novos “objetos culturais” que dialogam com os produtos da cultura da mídia, apreciam serem percebidos/reconhecidos por seus pares e mesmo pelos produtores de mídia por conta de sua dedicação ao seu objeto de culto. No caso dos fãs, o consumo gera produção, ler gera escrita, ver gera novas camadas de imaginário que se concretizam através da construção de artefatos únicos (Jenkins, 1992).

É importante notar que as atividades dos fãs não estão atreladas a lucros e, portanto, não há uma disputa simbólica entre fãs e produtores (culturas oficial e não-oficial). Nesse sentido, é possível dizer que os fãs se dedicam a seus objetos de adoração sobretudo por paixão e prazer pessoal. Como recorda Fiske:

Fãs produzem e circulam entre si textos que são geralmente feitos com valores de produção tão altos quanto aos da cultura oficial. As diferenças-chave entre as duas são mais econômicas do que em termos de competências, já que os fãs não escrevem ou produzem seus textos por dinheiro; na verdade, sua produtividade lhes custa dinheiro (1992, p. 39).

A esses fatores pode ser acrescida a busca pelo prestígio dentro da comunidade de fãs. Segundo Recuero (2009), o prestígio é um valor social intimamente ligado às noções de visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Quanto mais ativo se torna um membro de uma comunidade de fãs, maiores as chances de ele se tornar visível diante dos outros e mesmo de vir a ser um “nó” articulador da comunidade. Já a popularidade é uma característica associada à posição que esse nó ocupa na estruturação da comunidade, ou seja, ao número de conexões que um nó estabelece com outros. A reputação pode ser entendida como resultado do modo como a percepção de alguém é construída pelos demais membros da comunidade. “O conceito de reputação implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós” (Recuero, 2009, p. 109).

A reputação e o prestígio estão relacionados com as impressões recíprocas e qualitativas que os membros da comunidade constroem de seus pares. Por sua vez, a autoridade diz da influência que um ator possui dentro da comunidade na qual se situa. É importante destacar que esses valores ligados à atribuição de status e ao reconhecimento do valor do outro estão intimamente articulados ao gerenciamento mútuo de impressões, às ações comunicativas e à produção de laços sociais que se desdobram a partir das afinidades e das atividades desenvolvidas pelos fãs.

Nesse sentido, acreditamos ser possível verificar na análise de uma comunidade brasileira de fãs de *Doctor Who* o modo como seus participantes reafirmam seu vínculo e seu pertencimento a esse espaço, construindo e aperfeiçoando seu status junto aos demais membros, salientando suas habilidades, capacidades e realizações efetivas no âmbito do acúmulo de informações detalhadas sobre a série e seus subprodutos; do colecionamento, produção e acúmulo de objetos materiais/culturais; do desdo-

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica *Doctor Who*

bramento criativo e inusitado da narrativa da série através, por exemplo, das *fanfics*, fã-sites, *fansubbings* e fã-clubes.

A comunidade brasileira de fãs de *Doctor Who*

Doctor Who foi ao ar pela primeira vez pela BBC em 23 de novembro de 1963. O programa conta a história de um alienígena que viaja pelo tempo e espaço em uma cabine telefônica e leva companheiros para viver aventuras em diversos planetas, inclusive a Terra, no passado, no presente e no futuro. Essa fórmula, com inúmeras variações, é produzida até hoje. No entanto, fora do Reino Unido, *Doctor Who* não era conhecido em larga escala. A partir de 2011, dois episódios da sexta temporada da série foram gravados nos Estados Unidos. Dessa forma, a *BBC America* conseguiu projetar o sucesso da série para fora da Europa – com reflexos no Brasil, a ponto da série começar a ser exibida pelo canal aberto TV Cultura a partir de 19 de março de 2012.

Ao longo desses 50 anos a série foi adquirindo fãs em todas as partes do mundo. No Brasil, a maior parte dos fãs da série se encontra na cidade de São Paulo, com focos de expansão em outras capitais brasileiras. Eles também estão engajados em diversas comunidades online, abrigadas pelo Facebook, onde estabelecem uma constante troca de informações e experiências relacionadas à série. Os mais de 500 membros da comunidade de fãs “Whovians-SP” se articularam desde o início via internet de modo a compartilhar um gosto em comum pela série. O grupo utiliza o Facebook para organizar suas práticas e construir um “mundo comum” a partir da constituição e compartilhamento de elementos que definem os quadros de sentido da narrativa ficcional de *Doctor Who*.

Essa comunidade surgiu após o primeiro encontro presencial dos fãs da cidade de São Paulo, em julho de 2011. Ela foi criada para reunir o maior número possível de fãs da série do estado de São Paulo. No momento do início da pes-

quisa, em março de 2012, o grupo tinha 277 membros (154 mulheres, 123 homens). Depois do encontro, essas pessoas entraram na comunidade virtual do Facebook. É a partir daí que podemos falar em uma comunidade de fãs de *Doctor Who* no Brasil. Após a exibição da série na TV Cultura, o número de fãs apresentou grande aumento. A comunidade “Whovians-SP” conta hoje com 747 membros. No entanto, a melhor forma de avaliar o crescimento do *fandom* brasileiro da série é a partir da observação de pessoas engajadas no maior fã-site da série atualmente, o *Doctor Who* Brasil (www.doctorwhobrasil.com.br), que tem 2.828 seguidores no Twitter e 9.140 fãs no Facebook. Esses números não seriam possíveis sem a exibição da série em um canal de TV aberta, como a TV Cultura.¹

A experiência do *fandom* ganha novos contornos quando vivenciada em grupo (Jenkins, 2006; Fiske, 1992; Oliveira e Tonus, 2011). São os aspectos trabalhados a seguir a partir da pesquisa de campo feita.

Conhecimento, produção e consumo na cultura dos fãs

Os fãs, recorda Jenkins (2006), procuram diversos tipos de envolvimento com seus objetos de culto. Uma delas é a obtenção de objetos físicos relacionados, nesse caso, à série *Doctor Who*. Vários entrevistados destacaram que precisam adquirir os produtos de suas séries e filmes favoritos para “provar” para os outros membros que são tão aficionados quanto eles, de forma a ganhar prestígio dentro do grupo.

Todos os entrevistados afirmaram ter objetos ligados à série em suas casas, geralmente no quarto ou na sala. A *action figure*, figura plástica de uma personagem, foi a mais citada. Embora a princípio as *action figures* fossem destinadas ao público masculino, as garotas que são fãs de *Doctor Who* também as colecionam. Fábria Fuzeti, de 36 anos, uma das entrevistadas, tem uma prateleira cheia de *action figures* da série.

¹ Dados obtidos em 20 de março de 2013.

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica *Doctor Who*

Os livros de *Doctor Who* mencionados pelos entrevistados são aqueles que explicam a série, como anuários e enciclopédias, e livros de histórias paralelas às da série de TV. As revistas são de temática de ficção científica, como *SFX*, e a *Doctor Who Magazine*, produzidas na Inglaterra. Os DVDs são os oficiais da BBC com as temporadas da série. É importante salientar que todos estes produtos não são comercializados no Brasil, de forma que sua obtenção só é possível através da internet ou através de viagens dos fãs ou de pessoas conhecidas, que trazem esses produtos. A raridade do consumo cultural, resalta Bourdieu (1980), tende a aumentar seu valor simbólico; no caso, a posse de produtos oficiais é não só uma prova de dedicação à série, mas também uma forma de possibilitar comparações que envolvem as aquisições efetuadas pelos membros, de modo a mensurar, de alguma forma, o status e a reputação que os fãs constroem ao compararem entre si (de maneira evidente ou sugerida) os objetos colecionados e as criações realizadas. A disputa simbólica revela aspectos tanto cognitivos – o conhecimento dos detalhes da série, a localização imediata de falas e frases em episódios específicos, a memória das temporadas, personagens e acontecimentos – quanto afetivos, na dedicação à recepção da série, gastos com produtos e demais indicadores de fidelidade.

O uso de camisetas é bastante comum entre todos os membros da comunidade, que saem na rua ostentando estampas que indicam que fazem parte da comunidade de fãs. Essa é uma prática que Fiske (1992, p. 38) define como “produtividade enunciativa”, ou seja, o “estilo do cabelo ou maquiagem e escolha de roupas e acessórios como formas de construir uma identidade social e, portanto, de afirmar a qualidade de associado em uma comunidade de fãs”. No entanto, uma das entrevistadas, Ana Carolina Webster, de 19 anos, afirmou que possui “só uma camiseta. As coisas são muito caras”.

Além dos produtos considerados oficiais, os fãs também

produzem uma série de produtos não oficiais. O exemplo mais comum são os *bottons*, que podem ser feitos facilmente em gráficas e usados em bolsas e mochilas, como é o caso de alguns entrevistados para essa pesquisa. As imagens mais usadas para a fabricação dos *bottons* são dos personagens principais da série.

Cosplay e crossplay

Outro traço distintivo de identidade refere-se à prática do chamado *cosplay*. Definido por Moreno e Oliveira (2010, p. 2) como “a junção/abreviação de *costume player*”, refere-se ao “hábito de os norte-americanos se fantasiarem em convenções de histórias em quadrinhos nos anos 1970 com roupas dos seus personagens preferidos”. Tal hábito se consolidou como um traço identitário enquanto parte de uma cultura urbana e juvenil, embora haja pessoas mais velhas que também se envolvem nessa prática (cf. Amaral e Duarte, 2008; Borelli, 2008).

Fazer *cosplay*, portanto, é vestir-se como seu personagem favorito durante eventos específicos de fãs, tais como encontros e convenções, e pode ou não envolver a teatralização do personagem, ou seja, adquirir os hábitos e falas dele. Amaral (2008, p. 1) define *cosplayers* como “uma subcultura, uma nova corrente cultural que agrega pessoas guiadas por afinidade de gostos relativos ao que eles consomem, sejam roupas, comportamento, referências estéticas, distinguindo-os dos demais”.

Os fãs de *Doctor Who* no Brasil entrevistados afirmaram que são adeptos da prática do *cosplay*. A estilista Aline Dalla Vecchia, de 30 anos, comenta que aprendeu a costurar para fazer *cosplay*. Ela está envolvida com isso desde 2004, com as séries *Harry Potter*, *Star Wars* e *Liga Extraordinária*. Para *Doctor Who*, ela escolheu a personagem Rose Tyler, que tinha a mesma cor de cabelo dela – loira. “Como calhou de eu estar loira na época, acabei fazendo três *cosplays* diferentes. Ela também é uma das minhas personagens favoritas”. Aline ainda disse que é “bem exigente” e tenta fazer a roupa “a mais parecida

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica *Doctor Who*

possível” com a da personagem, inclusive comprando itens importados.

Ana Carolina Webster, de 19 anos, também está envolvida com a prática de *cosplay* desde antes de conhecer *Doctor Who*. Ela já se vestiu como os personagens do seriado *House* e da série de filmes *Harry Potter*. Ela afirma que faz *cosplay* “para viver aquele personagem por um dia. Você se torna uma minicelebridade, as pessoas querem tirar foto com você”. Ela costuma frequentar comunidades online no site *Livejournal*, onde lê dicas de onde comprar tecidos específicos para as roupas desses personagens.

É importante ainda dizer que nem sempre o *cosplay* é óbvio. Os fãs também se apropriam de apenas alguns aspectos dos personagens da série, como partes do figurino e até mesmo mudanças físicas como corte e cor de cabelo, uso de maquiagem igual a do personagem, cores de esmalte etc. Na comunidade “Whovians-SP”, garotas costumam compartilhar fotos de suas unhas pintadas com os grafismos relacionados à série, por exemplo. Outros membros da comunidade relatam que compraram o tênis *All Star* na cor vermelha, igual ao calçado usado por um dos protagonistas de *Doctor Who*. Há ainda garotos e garotas que mudam seus cortes de cabelo ou penteados para ficar parecidos com os personagens da série, também compartilhando essas imagens na comunidade.

Outra tendência que se confirmou durante a pesquisa foi a prática do *crossplay*, que acontece quando um fã se veste como um personagem do sexo oposto. O vocabulário de fãs de *Doctor Who* chama esses *cosplays* de “Femme!”. Por exemplo, se uma garota quer se vestir como o décimo Doctor, o nome específico dessa prática é “Femme!Ten”. Duas entrevistadas dessa pesquisa gostam de se vestir como personagens masculinos. Ana Carolina Webster já se vestiu de “Femme!Ten” porque ele é seu personagem favorito. Já Elise Mascarenhas, de 29 anos, disse que se vestiu uma vez de “Femme!Eleven” (a

versão feminina do décimo primeiro ator a representar o protagonista), simplesmente “porque é divertido” e mais fácil de fazer. Jenkins (2012, p. 30) menciona que fazer *cosplay* nos libera do que os fãs chamam de “papéis mundanos” e cria um “ambiente festivo”.

Por isso, a explicação para o surgimento do *crossplay* é que as meninas agora gostam de se ver como super-heroínas. Porém, dentro do contexto de *Doctor Who*, isso só é possível se elas assumirem a identidade do Doctor. Assim, as garotas que fazem *crossplay* de *Doctor Who* adaptam as vestimentas masculinas. É comum as calças serem substituídas por saias, além do uso de maquiagem.

Fanfics

Por seu turno, as chamadas *fanfictions* são histórias escritas por fãs a partir de um já estabelecido universo ficcional (personagens, cenários, situações, mitologias etc). A coleção de livros de *Harry Potter* fez explodir o fenômeno da *fanfiction* no Ocidente, enquanto fãs de anime e mangá popularizaram o gênero no Oriente. Segundo Jenkins,

Fãs exploram campos que não cultivaram e usam materiais que fazem parte de seu ambiente cultural. Eles empregam imagens e conceitos dos textos da cultura de massa para visualizar alternativas, para dar voz às suas frustrações e raiva, e compartilhar esses novos entendimentos com os outros (2006, p. 60).

Escritores de *fanfiction* não estão preocupados com o lucro financeiro que poderia ser gerado de suas histórias; o que os move é justamente a natureza não comercial da cultura do fã. Para os fãs, explorar um universo bem conhecido através da escrita de novas histórias é uma atividade que gera prazer e aumenta o prestígio dentro da comunidade onde eles estão

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica *Doctor Who*

inseridos. Muitas vezes, o que move o escritor de *fanfiction* são as pontas soltas e até mesmo desejos não realizados das histórias originais.

Os fãs brasileiros da série *Doctor Who* parecem ainda tímidos em relação à prática da *fanfiction*. Fábio Pelegrinelli, de 23 anos, afirmou que só escreveu uma história, e mostrou apenas para seu círculo de amigos, sem publicar na internet, e que também nunca leu *fanfictions* de outros autores.

Já Ana Carolina Webster se dedica fielmente a escrever *fanfictions* baseadas no universo de *Doctor Who*, tendo começado aos 12 anos. Ela já publicou histórias de *Harry Potter*, *House*, *Law and Order: SVU* e musicais da Broadway. Ela já escreveu 28 histórias de *Doctor Who*, e as publica nos sites *fanfiction.net* e *Tumblr*. O idioma utilizado para a escrita dessas *fanfictions* é o inglês, e não o português. Ela afirma que “não existe *fandom* de *fanfic* em português, não tem cultura de *fanfic* no *fandom* brasileiro”. Essa fala se confirma, já que dentre os 42 entrevistados para a pesquisa, apenas dois se dedicam à prática. Portanto, é possível afirmar que escrever *fanfiction* é forma de se adquirir visibilidade, reputação e autoridade dentro da comunidade de fãs.

Fã-site, *fansubbing* e fã-clube

Outra forma privilegiada de engajamento online dos fãs são os fã-sites, páginas da web com notícias atualizadas sobre filmes, séries, celebridades etc. Os fã-sites de *Doctor Who* no Brasil atuam nesse mesmo sentido, como veículos de informações relacionadas à série, críticas de episódios e possibilidade de *download* de material audiovisual, por exemplo. A articulação desses fã-sites com o público na internet se dá através das mídias sociais, principalmente Facebook e Twitter, onde os novos conteúdos são divulgados para os fãs. Além disso, há uma comunicação direta dos criadores desses sites com os fãs através dessas mídias, com discussão de teorias, solução de dúvidas e compartilhamento de material de terceiros.

O papel dos fã-sites de *Doctor Who* é fundamental para entender o surgimento do *fandom* brasileiro. O primeiro site de *Doctor Who* de que se tem notícia é o Universo Who (www.universowho.com.br). Durante dois anos, essa foi a única fonte de informações sobre a série para brasileiros. Os organizadores do site Universo Who perceberam que muitos leitores expressavam a vontade de se encontrar ao vivo para trocar ideias e teorias com outros fãs. Por isso, organizaram o primeiro encontro dos fãs da série, que se auto-denominam “whovians”, na cidade de São Paulo, no Parque do Ibirapuera em junho de 2011. O encontro contou com a participação de cerca de trinta pessoas.

A partir desse encontro, decidiu-se criar a comunidade “Whovians-SP” no Facebook, para marcar futuros encontros e reunir pessoas interessadas na série. Foi o ponto de partida do *fandom* brasileiro da série. A interface dos fã-sites e suas caixas de comentários, além do site Tumblr, não eram suficientes para os fãs se articularem de forma devida. Esse espaço foi encontrado no Facebook, mais especificamente no grupo chamado “Whovians-SP”, a princípio para fãs da cidade de São Paulo. Depois desse, surgiram grupos de outros estados do Brasil, além de uma comunidade para todo o país, intitulada “Whovians BR”.

Atualmente, há vários sites sobre a série em língua portuguesa. Eles atuam como uma fonte de notícias, disponibilizando artigos de opinião, fotos, vídeos e downloads. Um dos entrevistados da pesquisa, Renan Antunes, se dedica ao trabalho de traduzir vídeos e quadrinhos de *Doctor Who* para um desses fã-sites.

A prática do *fansubbing* entre fãs de *Doctor Who* está articulada com os fã-sites, já que são os membros dessas equipes que fazem a tradução de episódios e outros materiais relacionados à série. A forma como a série se espalhou na internet, e principalmente, a forma como ela chegou às mãos do público

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica *Doctor Who*

brasileiro, foi através do *download* ilegal de seus episódios e o compartilhamento desse material entre os fãs. Para quem não entende a língua inglesa, a compreensão da série só foi possível a partir das legendas em português, traduzidas por fãs brasileiros. A prática da legendagem foi fundamental para explicar o sucesso da série entre os primeiros fãs, antes que a série fosse exibida na TV aberta, no canal TV Cultura.

Ana Carolina Webster também faz parte da equipe do fã-clubes chamado TimeLords, e afirma que “ele ajuda você a conhecer outros fãs, serve para aumentar o contato entre eles, para que eles não se sintam tão sozinhos”. O objetivo do fã-clubes, portanto, é integrar os fãs a partir da organização de eventos, colocando-os em contato para que possam vivenciar a experiência do *fandom*.

Conhecimento da trama da série

Um dos maiores prazeres de um fã é poder discutir teorias acerca da trama e dos bastidores de seu programa favorito. Ao mesmo tempo, como recorda Shefrin (2002), trata-se de um poderoso instrumento de consagração individual perante o grupo, e mesmo de legitimação do produto consumido/reelaborado dentro de uma perspectiva de avaliação constante do consumo de bens simbólicos. Com o *fandom* de *Doctor Who*, isso não é diferente. Grande parte dos fãs da série indicou-a para outras pessoas “apenas para poder conversar sobre ela com alguém”. Durante a segunda fase da pesquisa, ficou claro que a discussão de teorias e o conhecimento da mitologia da série são valorizadas como prova de devoção e culto ao objeto. Ou seja: quanto mais você sabe sobre as tramas e informações de bastidores, mais fã você é. Esse tipo de informação, explica Fiske (1992, p. 34) é valorizado dentro de um grupo específico de pessoas, mas não necessariamente se converte em capital financeiro e social.

Esse conhecimento popular, não oficial, pode ser expresso no conhecimento da trama de seus filmes e séries favoritos,

por exemplo, ou nas informações que você tem sobre seus ídolos. Fiske fala a respeito de “produtividade enunciativa” quando os significados são falados e compartilhados face a face ou oralmente, tomando forma pública.

A conversa de fãs é a geração e circulação de certos significados do objeto do *fandom* dentro de uma comunidade local. De fato, muito do prazer do *fandom* está na conversa de fã que ele produz, e muitos fãs dizem que a escolha de seu objeto de adoração foi determinada mais pela comunidade oral do que pelas suas características inerentes. Se um colega de trabalho ou escola está falando sobre um programa, banda, time ou ídolo, muitas pessoas são atraídas ao *fandom* como um meio de se unir àquele grupo social particular (Fiske, 1992, p. 37-38).

Como o *fandom* de *Doctor Who* foi formado majoritariamente pela indicação da série por outras pessoas, além da circulação da série entre fãs na internet, é possível dizer que as conversas entre fãs são parte fundamental do *fandom* da série. Conhecer as tramas dos episódios e personagens, informações sobre os bastidores da série, detalhes sobre o elenco e a equipe e a discussão de teorias são valorizados dentro da comunidade e elevam a credibilidade e popularidade desses indivíduos perante os membros do grupo. Fiske afirma que “os experts – aqueles que acumularam mais conhecimento – ganham prestígio dentro do grupo e atuam como líderes de opinião. Conhecimento, assim como dinheiro, é sempre uma fonte de poder” (Fiske, 1992, p. 43). Por isso o prestígio dos donos de fã-sites é tão grande: são eles que entregam as informações sobre a série em primeira mão para os outros membros.

Considerações finais

Se, como lembra Livingstone (2004), o estudo do *fandom* se torna cada vez mais importante na medida em que as audi-

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica *Doctor Who*

ências, sobretudo nos ambientes da internet, se fragmenta, então pode-se trabalhar perspectivas que conjugam os espaços da chamada “mídia de massa” e a formação de comunidades virtuais de fãs (cf. Andrejevic, 2008).

A formação do *fandom* da série *Doctor Who* ganhou força apenas em 2011 no Brasil. Um dos maiores motivos apontados como fator de conhecimento da série foi “indicação de amigos”, com 13 pessoas respondendo essa opção. Foi através desse trabalho viral, “boca a boca”, pela internet ou ao vivo, que a série começou a ganhar um público maior no país. Outras formas de conhecimento da série foram: através de outra série (*Sherlock* e *Torchwood*, também da BBC), canais de YouTube com *fanvideos* e Tumblr.

A circulação de gifs no site Tumblr (www.tumblr.com), como relatado por algumas pessoas entrevistadas para essa pesquisa, também contribuiu para atizar a curiosidade do público. Através dele, o usuário pode compartilhar imagens, textos, áudio e vídeo de sua preferência, e o tema *Doctor Who* era recorrente quando da exibição da sexta temporada nos canais BBC e BBC America. Esses usuários passaram a buscar mais informações sobre a série na própria internet e “baixaram” os episódios através de downloads na rede.

A construção de vínculos sociais, bem como a definição de identidades, são processos complexos que parecem não obedecer a linearidades nem se adequam a simplificações redutoras (Rocha, 2005). Ao contrário, em suas várias dimensões, articulam-se com as experiências estéticas da subjetividade, delineando-se continuamente no conjunto das práticas sociais, permitindo a articulação de significados e experiências (Marques 2008a, 2008b; Martino, 2010). As dimensões de apropriação, consumo e diálogo entre referências não é, de modo algum, excludente, e a condição de consumidor não elimina, no fã, a produtividade. Ao contrário, parecem ser aspectos de um mesmo componente subjetivo que se complementa na tensão

e nas polaridades.

Ao mesmo tempo, trata-se da elaboração de um tipo de engajamento que, ultrapassando qualquer dimensão especular, reflete-se na forma de participação ativa em espaços de comunidade, seja na formação de espaços comuns de sentido, como ressalta Ronsini (2007) ou mesmo, como lembram em sentidos diferentes Van Zoonen (2006) e Street (2001), formas de engajamento político e/ou social a partir do entretenimento.

As formas de engajamento cultural, recorda Bourdieu (1980a; 1980b) são caudatárias, entre outros fatores, de disputas simbólicas objetivadas em comportamentos diversos, valorados de maneira específica conforme os tipos de capital em circulação e das estratégias de aquisição/multiplicação desse capital. As estratégias de legitimação simbólica, neste ponto de vista, definem-se no sentido de reforço dos laços com o grupo, os outros fãs, pelo domínio da cultura do *fandom*, dedicação à aquisição de produtos, conhecimentos detalhados e específicos, uso de roupas e adereços e, claro, a participação em encontros presenciais e online.

A força dos vínculos com o produto esboça-se como uma espécie de vértice para reforçar as ligações com os outros membros da comunidade, nas vizinhanças da própria ideia de constituição de um capital específico de campo, na medida em que a força do vínculo interpessoal mostra-se mediada pelo objeto de vinculação - a série de TV, no caso, mas também os produtos dela derivados.

A percepção social e acadêmica do *fandom*, nesse sentido, parece ultrapassar as fronteiras de uma injustificada “frivolidade” e se afirmar como espaço privilegiado de práticas, interações e construção de sentidos – uma forma de engajamento pessoal e coletivo para além da interação com os produtos da mídia.

Referências

ANG, Ian. **Watching Dallas**. Londres: Routledge, 1985.

ANDREJEVIC, Mark. Watching television without pity: the productivity of online fans. **Television new media**, v.9, n.1, p. 24-46, 2008.

AMARAL, Adriana. Uma breve introdução à subcultura cyberpunk. Estilo, alteridade, transformações e hibridismo na cibercultura. **E-Compós**, v. 3, p. 1-22, 2005.

AMARAL, A.; DUARTE, R. A subcultura cosplay no Orkut: comunicação e sociabilidade online e offline. In: BORELLI, S.; FREIRE FILHO, J. (Orgs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008, p. 269-288.

AUXILIO, Thaís de. A criação de comunidades online de fãs: um estudo da série britânica “Doctor Who”. In: **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**. Fortaleza, 3 a 6 de setembro de 2012. Anais do XXXV Congresso da Intercom. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1855-1.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2013.

BORELLI, Sílvia H. Consumo juvenil, adultescência, juvenilizações. In: FREIRE FILHO, J.; BORELLI, Sílvia H. (Orgs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: Educ, 2008, p. 59-78.

BOURDIEU, Pierre. **La distinction**. Paris: Minuit, 1980a.

BOURDIEU, Pierre. **Questions de sociologie**. Paris: Minuit, 1980b.

HEBDIGE, Dick. **Subculture: the meaning of style**. London: Methuen, 1979.

HILLS, Mathew. **Fan cultures**. London: Routledge, 2002.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans & participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry. **Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture**. Nova York: NYU Press, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. **Spreadable Media: creating value and meaning in a networked culture**. New York: New York University Press, 2012.

JENSON, Joli. Fandom as pathology: consequences of characterization. In: LEWIS, Lisa A. (Org). **The adoring audience: fan culture and popular media**. London, New York: Routledge, 1992, p. 9-29.

LEWIS, Lisa A. (Org). **The adoring audience: fan culture and popular media**. London, New York: Routledge, 1992.

LIVINGSTONE, Sonia. The Challenge of Changing Audiences: Or, What is the Audience Researcher to Do in the Age of the Internet? **European journal of communication**, v.19, n.1, p. 75-86, 2004.

MAGALHÃES, Henrique. **O rebuliço apaixonante dos fanzines**. João Pessoa: Marca de Fantasia/Ed. Universitária UFPB, 2003.

Formas específicas de produção cultural dos fãs brasileiros
da série britânica Doctor Who

MAGALHÃES, Henrique. Fanzine: comunicação popular e resistência cultural. **Visualidades**, v. 7, n.1, p. 100-115, 2009.

MARQUES, A. C. S. Ficção televisiva e experiência estética. In: **Contemporânea**, v. 6, p. 1-26, 2008a.

MARQUES, A. C. S. Narrativa, política e vida social: do folhetim à ficção seriada televisiva. **Contracampo**, v. 18, p. 25-48, 2008b.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação e Identidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

MORENO, Carlos Alexandre de Carvalho, OLIVEIRA, Janete. Cosplay e a visão da cultura japonesa no Brasil. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**, 2010, Caxias do Sul. Disponível em <http://www.elo.uerj.br/pdfs/ELO_Ed5_Artigo_Cosplay.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2013.

MORIN, Edgar. **As estrelas**. São Paulo: José Olympio, 1984.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Rio de Janeiro: Forense, 1985.

MORLEY, David. **The nationwide audience**. Londres: Routledge, 1980.

OLIVEIRA, Arthur Carlos Franco; TONUS, Mirna. Bazinga. Uma Análise Neotribal Do Sitcom The Big Bang Theory. In: **XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Su-**

deste – Intercom Sudeste, 2011, São Paulo. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0340-1.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2013.

STREET, John. **Mass media, politics and democracy**. Londres: Palgrave: 2001.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCHA, Silvia Pimenta Velloso. O homem sem qualidades: modernidade, consumo e identidade cultural. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 111-121, 2005.

RONSINI, Veneza. **Marcadores de sentido**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SHEFRIN, Elana. Lord of the Rings, Star Wars, and participatory fandom: mapping new congruencies between the internet and media entertainment culture. **Critical studies in media communication**, v.21, n.3, p. 261-281, 2004.

VAN ZOONEN, Liesbet. **Entertaining the citizen**. Londres: Rowan & Littlefield, 2006.

**A CONSTITUIÇÃO DA MULHER
COMO SUJEITO POLÍTICO NO FILME
“A FONTE DAS MULHERES” E A
FILOSOFIA POLÍTICA DE RANCIÈRE:
UMA APROXIMAÇÃO POSSÍVEL¹**

**Mayra Bernardes
Ângela Cristina Salgueiro Marques**

A narrativa do filme “A fonte das mulheres” (2011, Radu Mihaileanu) nos apresenta a seguinte questão: como os sujeitos comuns, principalmente as mulheres, se transformam em sujeitos políticos e se destacam de uma ordem consensual através do questionamento do funcionamento da sociedade e de suas ações e lugares dentro dela? A partir desse questionamento, que se desenrola dentro da narrativa cinematográfica revelando diversas nuances da ação política e do reconhecimento do sujeito comum como uma parte importante da sociedade, encontramos uma interseção com a filosofia política de Jacques Rancière, que nos apresenta três conceitos chave – dano, dissenso e desidentificação – para discutir os processos de constituição política dos sujeitos. De modo geral, é possível enunciar a interrelação entre esses três conceitos da seguinte

¹ Este trabalho foi realizado com o apoio da Fapemig, do CNPq e da Pro-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais. Somos gratas aos pareceristas da revista *Communicare* pelos ótimos comentários e sugestões que nos permitiram aprimorar e esclarecer vários pontos de nossa reflexão.

forma: há política quando um dano é nomeado e tratado em uma cena dissensual por sujeitos que não são vistos como pertencentes a uma comunidade (“sem-parte”) e que, ao performarem o dano, verificam a ausência de igualdade em relação aos demais e, nesse processo, constituem-se como sujeitos políticos, afastando-se de identidades e definições impostas que lhes colocam limites para a participação ao comum.

Pretendemos em diálogo com esse quadro teórico, tecer uma relação entre alguns dos acontecimentos marcantes da narrativa do filme e os ideais políticos de Rancière, de modo que possamos entender a trajetória da subjetivação política das mulheres dentro da narrativa, que faz com que elas deixem de ser silenciadas pela ordem machista da sociedade e se tornem sujeitos autônomos e questionadores. Para isso, dividimos o artigo em três partes. Na primeira, apresentamos o filme, destacando o modo como questões de gênero são por ele destacadas. Na segunda, desenvolvemos o aporte teórico que nos auxiliará na análise da narrativa fílmica, discutindo os três “d’s” que embasam a reflexão de Rancière: o dano, o dissenso e a desidentificação, relacionando-os com outras proposições políticas do autor. Por fim, na terceira, apresentamos análises de sequências selecionadas do filme “A fonte das mulheres”, destacando alguns elementos cinematográficos que compõem a estrutura da narrativa e dos personagens, entrelaçando-os com os elementos da filosofia política do autor.

“A fonte das mulheres” e a abordagem política do gênero

A narrativa do filme nos revela principalmente uma tentativa de desconstrução do lugar ocupado pela mulher na cena pública cultural e política a partir do questionamento de valores tradicionais e religiosos, fortemente associados à imagem e cultura das sociedades orientais. Através de imagens e diálogos argumentativo-drama, que reforçam o que conhecemos sobre a cultura dos povos árabes como sendo extremamente

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

regrada por preceitos religiosos, o filme chama a atenção do espectador para a reafirmação do entendimento de que as mulheres são um corpo reprodutor e subalterno, devendo cuidar da casa, das crianças, obedecer ao marido e fazer de tudo para manter o lar funcionando em harmonia.

“A fonte das mulheres” é um filme de 2011, com roteiro, produção e direção do romeno Radu Mihaileanu. Nomeado em 2011 ao prêmio *Palme d’Or*, no Festival Internacional de Cinema de Cannes, o filme mistura comédia e drama para sustentar sua narrativa repleta de mensagens humanistas sobre religião, gênero, política e sociedade no contexto do Oriente Médio.

As paisagens e cenários nos quais a narrativa irá se desenvolver revelam a dimensão desértica e empoeirada da pequena aldeia fictícia através de *travellings* aéreos de longa distância que nos localizam no interior do Maghreb, região nordeste do continente africano. Somos guiados pela câmera por um caminho íngreme cercado de pedras e galhos secos, que contrastam com os detalhes de chinelos, saias e baldes coloridos das mulheres que surgem pequenas como formigas, no quadro e que se esforçam para subir a ladeira que nos levará a uma pequena fonte de água.

No vilarejo em que a história se passa, as mulheres são responsáveis por buscar a água na montanha “desde o início dos tempos”, e assim elas o fazem todos os dias sem questionar essa ordem comum estabelecida por uma sociedade machista. Devido às condições geográficas do local em que vivem, o terreno é acidentado e árido e a água só é encontrada no alto de uma montanha pedregosa, o que acaba por colocar em risco a vida das mulheres, sobretudo aquelas que estão grávidas, e também ameaça sua capacidade reprodutiva, que é muito prezada pelos homens e pela sociedade em geral.

Logo podemos perceber a lógica de montagem do filme, que utiliza os planos-sequência para construir sentido nas ce-

nas através de contrastes ou comparações. Quando o diretor quer transmitir a ideia de tamanho, temos um plano-sequência de toda a montanha onde se localiza a aldeia e, logo depois, um plano-sequência em close do caminho que leva à fonte. Quando ele deseja dizer que uma personagem está grávida, mostra primeiro um plano de uma mulher que não está grávida, e logo depois, outro plano de uma gestante. Quando deseja comunicar o esforço realizado pelas mulheres para buscar a água na fonte, intercala cenas das personagens na fonte com cenas de outra mulher dando à luz (imagens 5 e 6). Quando deseja dizer, de forma velada, que houve um aborto, intercala cenas com forte carga dramática de uma mãe que acaba de perder um bebê ao descer a ladeira da fonte com cenas de uma mãe que sorri ao ver seu bebê que acabou de nascer.

Desta forma, somos apresentados à primeira situação-problema do filme: o risco que as mulheres correm ao buscarem a água na fonte. A situação serve como fator introdutório à personagem principal da narrativa, Leila, que veio de outra aldeia para se casar com Sami, o professor local. Ela não se enquadra no perfil das mulheres da aldeia onde a história se passa, pois sabe ler e escrever e não tem filhos, além de questionar as tradições do local e se esforçar para mudar o quadro de submissão e ignorância em que se encontram as mulheres.

A narrativa é fundada em uma sociedade fortemente patriarcal e com traços do fundamentalismo islâmico, onde os homens têm o poder de ditar o que e quem deve ser aceito por eles mesmos e pelas mulheres. Desta forma, Leila tem empatia com as mulheres mais jovens, geralmente solteiras, que se ligam de forma mais fraca ao pensamento tradicionalista cultivado na aldeia, enquanto as mulheres mais velhas e casadas mantêm distância da jovem e não querem ouvir o que ela tem a dizer.

A personagem Fatima, sogra de Leila, é uma das mulheres da aldeia que estão constantemente tentando invalidar o discurso de Leila e rechaçar suas tentativas de questionamento,

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

abafando seus gritos durante as músicas, boicotando seus planos e pedindo a Sami, seu filho, que silencie sua esposa e aconselhando-o a se casar com outra mulher do vilarejo. Sami, entretanto, apesar de ser um homem ativo na vida pública da aldeia e de seguir os mandamentos da religião islâmica, apoia as decisões de Leila, e é ele quem, em segredo, a ensina a ler e incentiva suas atividades intelectuais e reflexivas. Sendo o único homem da narrativa que não se apega às tradições, Sami também sofre com as consequências de sua ‘vanguarda’, também sendo rechaçado pelos homens mais velhos e poderosos da aldeia.

Podemos dizer, então, que a tradição tem um peso muito grande na sociedade da aldeia, e é ela quem determina quais as funções e possibilidades para quem mora no local. Há um esforço das personagens em conservar as regras antigas, que determinaram que a mulher deve servir à casa e à família, e o homem deve tomar parte na vida pública, na guerra, na colheita e nas demais atividades.

Ao mesmo tempo, consideramos que as cenas polêmicas protagonizadas no filme por personagens femininas específicas nos permitem ver sujeitos políticos em processo constante de construção de autonomia e (des)identificações. Argumentamos que a política, em sua relação estreita com a estética, faz pensar sobre outras possibilidades de cenários de interlocução, de encontro com o outro e seu mundo, uma vez que é no momento que atores agem que tomam a palavra e com ela performam mudanças, que um novo contexto é criado, colocando em destaque funções, comunicações e palavras desses que configuram uma ordem de inscrição dissensual.

Tratar um dano requer a criação de uma cena de dissenso e de desidentificação

A política, para Rancière (1996) não se confunde com disputas de argumentos e interesses, nem tampouco com processos administrativos e decisórios que se processam longe do

cotidiano vivido. Segundo ele, a política se configura no momento em que os sujeitos buscam verificar a existência de uma igualdade pressuposta por direitos, nomeando um dano que expressa a falha da ordem social dominante em reconhecer a igualdade que deveria existir entre as partes que integram uma comunidade. Esse autor afirma que a comunidade política está dividida por um litígio fundamental, o dano, que não é uma injúria cometida pontualmente contra um sujeito ou grupo que posteriormente demanda providências ou soluções de reparação. Nesse sentido, “o conceito de dano não está ligado a nenhuma dramaturgia de vitimização. Ele é simplesmente “o modo de subjetivação no qual a verificação da igualdade adquire figura política” (Rancière, 1996, p. 63). O dano não pode ser reparado, sob pena de exigir a própria extinção da ordem consensual vigente: ele somente pode ser tratado por modos de subjetivação política que reconfiguram o campo da experiência. “Não há possibilidade de reparação do dano, mas há um lugar comum polêmico para o tratamento do dano e para a demonstração da igualdade.” (Rancière, 2004, p. 121).

A política, segundo Rancière (2011), se refere justamente à criação de um lugar, de um espaço, de uma cena para que ocorra o desdobramento argumentativo de um dano fundamental: na partilha mesma do que é comum a uma comunidade, aqueles que são vistos como não tendo nada a oferecer ao coletivo (a princípio sujeitos tidos como desnecessários às atividades políticas como escravos, pobres, operários, mulheres, minorias, etc) agrupam-se sob o signo de uma “parte dos sem parte” e, portanto, vêem negada a sua existência política, sua existência como interlocutores.

Não há vida política, mas cena política. A ação política consiste em mostrar como político o que é visto como social, econômico ou doméstico. Ela consiste em borrar as fronteiras. Isso é o que acontece quando agentes “do-

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

mésticos” – trabalhadores ou mulheres, por exemplo – reconfiguram sua luta/disputa como luta concernente ao comum, ou seja, concernente à qual lugar pertencem ou não e quem é capaz ou incapaz de proferir enunciados e fazer demonstrações sobre o comum (Rancière, 2011, p. 4).

Assim, como afirma Rancière (2009), a questão do espaço em sua dimensão política deve ser pensada em termos de distribuição: distribuição de lugares, limites, do que está dentro ou fora, do que é central ou periférico, visível ou invisível. Ela está relacionada com o que ele chama de partilha do sensível, ou seja, a maneira por meio da qual “as formas abstratas e arbitrárias de simbolização da hierarquia são concretizadas como percepções dadas, nas quais a destinação social é antecipada pela evidência de um universo perceptivo, um modo de ser, dizer e ver” (2011, p. 7). Dito de outro modo, a partilha do sensível, para Rancière, é “o modo como se determina no sensível a relação entre um conjunto comum partilhado e a divisão de partes exclusivas” (1995, p. 7), ou seja, a partilha do sensível é aquilo que une os sujeitos em torno do *comum* e, ao mesmo tempo, os separa em partes e espaços fixos dentro da comunidade. O sensível diz, então, de “uma partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha” (Rancière, 2005, p. 15).

É importante ter em mente que o comum, segundo Rancière, não existe em si e por si mesmo, mas se produz no movimento no qual ele é colocado em questão, no centro de um conflito dissensual sobre a existência de uma cena comum polêmica e sobre a existência e qualidade daqueles que nela se fazem presentes e que tentam, por meio de suas ações e enunciações, tratar um dano. É o movimento ininterrupto de definição e redefinição do comum que delinea os traços mais

marcantes da política segundo Rancière, visto que ele a define como fruto de um processo de desentendimento que se desdobra em uma “cena na qual se colocam em jogo a igualdade ou a desigualdade dos parceiros de conflito enquanto seres falantes” (Rancière, 1996, p. 81). Assim, nem os sujeitos políticos nem a cena na qual se desdobram suas ações são vistos como já dados, mas ganham corpo quando são explicitadas as fronteiras que definem quem faz parte do comum e quem dele está alijado.

A forma como os indivíduos tomam parte no que Rancière chama de “partilha policial do sensível” é determinada por uma ordem consensual que lhes assegura, via direitos, igualdade e pertencimento, decidindo quem pode falar e o que pode ser visto e dito dentro da comunidade. Essa ordem consensual é o que Rancière chama de polícia, quando diz que ela “estrutura o espaço perceptível em termos de lugares, funções, aptidões etc, excluindo todo suplemento” (Rancière, 2010a, p. 76). Sob esse aspecto, a polícia define uma ordem dentro da sociedade, mantendo um consenso entre os indivíduos sobre o que pode ser dito, visto e feito, e é quando o sujeito encontra uma brecha nesse modo de partilha do sensível e instaura uma cena de dissenso que se torna possível questionar a ordem na qual está inserido.

Ao trabalharmos o conceito de política formulado por Rancière, também trabalhamos o conceito de polícia, e assim verificamos uma relação cambiante e dialética – e não oposta – entre essas duas ideias. “A política é o campo de encontro – e de confusão – entre o processo político e o processo policial” (Rancière, 2011, p. 5). Para que o sujeito consiga construir uma cena de dissenso e uma ação política, ele também precisa perceber a cena de consenso onde ele está inscrito e que lhe nomeou sob o signo dos “sem-parte” (a ordem policial), e é neste consenso que encontramos a polícia e a política entrelaçadas em seu funcionamento e tentando promover, a partir da ence-

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

nação e tratamento de um dano fundamental, uma reorganização da ordem social.

O dano, como mencionamos, é um litígio fundamental que expressa a falha da ordem social policial em reconhecer a igualdade que deveria existir entre as partes que integram uma comunidade (Rancière, 1996), revelando a existência de uma parte dos “sem-parte”. É importante mencionar que a noção de “sem-parte” não designa a objetividade de um grupo empírico excluído do domínio político, mas sim a relação entre termos contraditórios que definem um sujeito. Assim, os “sem-parte” não são os indivíduos em si, mas uma metáfora que indica um intervalo na ordem existente de aparência entre uma ordem já dada e outras configurações possíveis do espaço entre e dentro dos mundos nos quais estão inscritos os sujeitos. Os “sem-parte” não possuem a consistência de grupos sociais coerentes, pois só existem em ato: suas ações são a manifestação de um dissenso, a criação de cenas polêmicas nas quais questionam a suposta naturalidade de uma forma de “contar” que articula a comunidade consensual, conferindo visibilidade à desigualdade que articula os sujeitos e os mantém em “seus lugares designados”.

Dito de outro modo, os “sem-parte” não devem ser confundidos com uma categoria social inferior: não são os negros, pobres, mulheres, trabalhadores, mas formas de inscrição no comum que revelam que os sujeitos podem ser, ao mesmo tempo, eles mesmos e outros, ter uma existência política marcada por movimentos de conexão e desconexão entre posições de sujeito que ora tendem ao universal (aos direitos) e ora tendem ao particular (experiência, poética), em um movimento de desidentificação.

A existência dos sem-parte está ligada a uma desidentificação, ao questionamento da naturalidade com que aos sujeitos é atribuído um lugar à abertura de um espa-

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

ço de sujeito no qual qualquer um pode ser contado, porque ele é o espaço de uma conta dos não contados, de uma relação entre uma parte e uma ausência de parte (Rancière, 1996, p. 60).

Em linhas gerais, a desidentificação dá a ver uma constante articulação e desarticulação entre nomes que vinculam um grupo ou uma classe àqueles que não são considerados, que ligam um ser a um “não-ser” ou a um “ser em devir” (Rancière, 2004, p. 119). Sendo assim, a lógica da subjetivação política não é jamais a simples afirmação de uma identidade, ela é sempre, ao mesmo tempo, a negação de uma identidade imposta por um outro, fixada pela lógica policial. A ordem policial de partilha do sensível deseja nomes exatos, que marquem para as pessoas o lugar que ocupam e o trabalho que devem desempenhar (a mulher deveria pertencer à reclusão da vida doméstica, sem chances de ter acesso à cidadania ou ao espaço público de discurso). A política, por sua vez, diz de nomes “impróprios” que apontam que sujeitos podem ser mais que o script definido pelo lugar que ocupam socialmente: os nomes que recebem e que não se “adequam” à classificação policial manifestam, como vimos, a presença de um dano.

Com base neste aporte teórico, teceremos agora uma malha na qual entrelaçaremos a filosofia política de Rancière com a análise de trechos da narrativa cinematográfica do filme “A fonte das mulheres” (2011), buscando compreender a trajetória política das mulheres dentro do enredo.

Optando pelo método da análise de conteúdo, selecionamos cinco sequências narrativas do filme e, a partir de nossa leitura dos conceitos de dano, dissenso e desidentificação, exploramos a potencialidade dessas sequências em produzir processos nos quais as mulheres sejam vistas como parte relevante da sociedade: como interlocutoras a serem consideradas, como cidadãs e como agentes políticos aptos a tomar a palavra pu-

blicamente para expressar-se, justificar-se e defender-se de uma maneira que entrelaça a formulação de argumentos à dramatização estético-expressiva.

Cenas de dissenso e subjetivação política

A realidade comum partilhada pelas mulheres da narrativa pode ser considerada como uma forma da partilha do sensível proposta por Rancière, uma vez que essa divisão “dá a ver quem pode tomar parte do comum em função do que faz, do tempo e do espaço nas quais essa atividade é exercida.” (Rancière, 2000, p. 13). No filme, as mulheres do vilarejo no qual se passa a história são retratadas em posição de subalteridade e submissão: ao mesmo tempo em que todas seguem uma rotina doméstica comum, elas ocupam lugares e espaços fixos e hierarquizados por valores machistas e misóginos dentro da comunidade.

A partir deste ponto, encontramos uma segregação evidente entre dois mundos diferentes: o mundo das mulheres e o mundo dos homens. A definição destes mundos se dá por uma oposição de preceitos que é observada por Mattos (2006), quando afirma que a mulher é essencializada como repositária das virtudes afetivas e emocionais por oposição às virtudes intelectuais e racionais do homem. No filme, enquanto as mulheres sofrem a todo o tempo e se esforçam para cuidar de tudo, os homens se dedicam às atividades religiosas, reflexivas e até mesmo ociosas, pois diante dos processos de urbanização, a tradição agrícola e guerreira que estruturava o mundo deles se perdeu. Desta forma, observamos que o homem faz parte do mundo da vida pública e da atividade política, enquanto a mulher faz parte do mundo da vida doméstica e não é contada como importante para a atividade política do vilarejo.

Estes mundos – o “mundo feminino” e o “mundo masculino” – são polarizados, mas se tocam nos momentos em que os sujeitos se relacionam em ambientes de convivência comum,

quase sempre fundamentados em princípios muito tradicionais e que carregam uma aura tensa durante o filme, pois reúnem num mesmo local social duas partes polarizadas da sociedade, onde uma delas deseja a manutenção da tradição – os homens – e outra o questionamento desses valores, bem como a construção social dos gêneros – as mulheres.

Sob esse aspecto, podemos comparar a normatização e regulação das ações das mulheres pelos preceitos machistas e religiosos daquela sociedade com o conceito de polícia proposto por Rancière, pois ambos procuram enquadrar o sujeito dentro de funções e identidades específicas pré-definidas por uma ordem social.

Logo no início da narrativa, encontramos um problema com a ordem consensual e policial instaurada na sociedade, que obriga a mulher a se comprometer e se submeter à manutenção do lar a qualquer custo. A narrativa nos lembra a todo o momento a força que a ordem policial tem sobre a formação da ação e da expressão das personagens não só masculinas, mas também femininas como, por exemplo, a personagem Fatima, que se opõe constantemente às mudanças na ordem vigente e defende a todo custo a manutenção da tradição local, que se configura naquela comunidade como uma rede invisível que faz com que os homens continuem a exercer a dominação sobre as mulheres e que eles continuem a ostentar sua posição ociosa, deixando todo o trabalho por conta delas. Diante disso, Leila, a esposa do professor local, passa a se opor fortemente à tradição e suas regras após assistir a vários abortos e mortes que acontecem na montanha e que têm de ser ocultados do conhecimento social para evitar que essas mulheres sofram mais abusos físicos e morais. Ela propõe que elas façam alguma coisa para mudar esse quadro de morte e sofrimento, e que peçam aos homens para que eles busquem a água nas montanhas.

Podemos dizer que é a partir deste ponto no filme que temos o esforço de nomeação de um dano, pois segundo

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

Rancière, “o dano institui uma dimensão universal única e polêmica ao unir a apresentação de igualdade, como uma parte daqueles que não tem parte, ao conflito entre partes da sociedade” (Rancière, 2004, p. 88). O dano se torna perceptível e configura uma cena polêmica dissensual quando as mulheres começam a perder a parte de suas existências que as torna visíveis na ordem policial machista instaurada pelos homens: a capacidade de gerar filhos e cuidar dos mesmos. É se baseando nessa perda que Leila questiona a ordem que as oprime e faz com que as mulheres se conscientizem de que as causas que proporcionam aquela perda não são justas, formulando um discurso que propõe verificar a pretensa igualdade dos sujeitos a partir da divisão de trabalhos e deveres dentro da sociedade.

Todavia, essa proposta de Leila – que, à primeira vista pode nos parecer tão pequena –, se desenrola num problema político muito maior ao longo do filme, pois os preceitos culturais e religiosos da vila não permitem que os homens assumam as tarefas das mulheres, e logo Leila é rechaçada pelas próprias companheiras mulheres, que entendem que isso nunca irá acontecer. Na auto-percepção exposta pelas mulheres da vila em seu espaço de liberdade de discurso (elas se reúnem coletivamente em uma sala de banhos, que se transforma em esfera pública de expressão e debate), enxergamos como elas tematizam a dicotomia corpo/alma apontada por Souza (2006) quando trata da legitimação de preconceitos definidos pela ordem dominante de oposição de gêneros, em que “as mulheres são percebidas como repositárias das virtudes ambíguas da corporalidade como sensualidade, emotividade, contrárias às virtudes ligadas à alma, típicas dos homens, como racionalidade, autocontrole, exercício livre da vontade, etc” (p. 156). Para elas, a tradição tem um peso muito grande em suas ações e modos de pensar, tanto que sequer julgam a situação em que vivem como desigual e não entendem a partilha policial do sensível como problema, recusando-se a afirmar que ela encerra um dano, por mais que elas percebam sua existência.

O enquadramento adotado pelo diretor nas cenas em que há interação entre mulheres é muito interessante, pois ele ajuda a reforçar a argumentação sobre a percepção das mulheres sobre si mesmas e sobre as outras. Quando elas conversam, dançam e expressam suas emoções e angústias, são sempre enquadradas no plano americano ou em close. Através desse enquadramento, é possível dizer que as mulheres se entendem de perto e de forma íntima, e também que são iguais em sua submissão e na forma como resistem a ela. A submissão também é outro ponto bastante reforçado pelo enquadramento das cenas do filme, sobretudo naquelas em que as mulheres carregam a água ou buscam lenha. Essas cenas têm um teor poético muito forte, pois as mulheres sempre aparecem carregando fardos enormes de galhos e grandes baldes de água, que nos dão a impressão de que carregam muito mais do que podem aguentar e que suas tarefas são muito maiores do que elas mesmas suportariam, fazendo com que assumam a mesma postura curvada que caracteriza sua interação com os homens.

Leila passa a perceber e a sentir a posição que as mulheres ocupam na sociedade a partir da recusa delas em questionar o sistema cultural de regras impostas, que faz com que as mulheres se enxerguem como seres invisíveis e submissos a hierarquias, que não têm direito a opinar sobre qualquer assunto. Ou seja, as mulheres figuram como seres “que não têm nome, que permanecem invisíveis e inaudíveis” (Rancière, 1995, p. 28). Há um momento em que Leila percebe que há uma situação principal em que as mulheres são visíveis aos homens e que pode ser utilizada para mobilizá-las em torno de sua causa: o momento íntimo da relação sexual. O encontro dos corpos dos amantes é de extrema importância para eles e para a religião, e também é um assunto que as mulheres discutem com frequência quando se reúnem. Quando levamos em conta a importância dada por aquelas mulheres submissas ao sexo e à sensualidade, observamos um fenômeno que faz com que os

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

valores antiquados e tradicionais que são repercutidos na sociedade da vila conversem com uma concepção moderna da revolução comportamental das mulheres.

O comportamento sexual das mulheres do filme vai ao encontro ao pensamento proposto por Souza (2006), quando salienta que tanto os homens quanto as mulheres desejam as duas coisas, e que as mulheres não se envergonham mais em reconhecer a importância do sexo e reivindicar sua satisfação sexual em suas relações amorosas. É este confronto de valores do passado e do presente que nos surpreende na cena em que as mulheres discutem de forma aberta e descontraída sua vida sexual, o que gostam e o que não gostam de fazer quando estão na intimidade diante de seus maridos, e Leila, aparentemente uma “mulher moderna”, se recolhe a um canto e parece se sentir desconfortável com aquela conversa. Mesmo parecendo pouco à vontade com as práticas sexuais e com a discussão desta, Leila enxerga neste pequeno espaço, em que valores modernos tentam superar a tradição dentro do pensamento daquelas mulheres, uma forma de mudar a situação em que vivem, e então propõe que elas façam uma greve de sexo, e que evitem seus maridos até que eles mesmos busquem a água.

Esse ato questionador e de resistência, que desloca/remove a mulher de seu lugar de irrelevância social, pode ser considerado uma ação política que, para Rancière (2004, 2009) é exatamente essa ruptura do sistema consensual da ordem policial e o momento no qual os sujeitos se impõem como visíveis e falantes. Portanto, podemos perceber que as personagens, ao agirem de forma política, desencadeiam a desidentificação de si mesmas dentro da narrativa, pois deixam de ocupar o lugar de submissão doméstica para assumir o controle de suas vidas e de seus corpos, e começam a fazer parte da vida política comum do vilarejo.

No começo da proposição da greve, Leila é apoiada somente por *Vieux Fuzil* (Velha Fuzil), uma anciã viúva do vilarejo

que tem uma autoridade velada sobre as outras mulheres, e até mesmo, sobre outros homens. O que é interessante de se observar nesta cena da mobilização é a incompreensão das mulheres da vila em relação à proposta de Leila, pois, naquele momento, elas não vêem um potencial político ou social em suas relações conjugais, elas enxergam seus casamentos como “um fim em si mesmo e não como um meio para a realização de seus objetivos” (Mattos, 2006, p. 172).

Mas, mesmo apoiada por *Vieux Fuzil*, Leila não consegue comover as mulheres da vila em seu primeiro discurso, e as duas decidem se unir para mobilizá-las em torno de sua causa e constituir uma voz política mais forte na comunidade. A esse respeito, Rancière afirma que a voz política passa a assumir a manifestação de um discurso, de uma palavra responsável pela “reconfiguração da experiência sensível de um *eu*, por essa dissociação da capacidade dos braços e da capacidade do olhar, que desfaz a aderência de um equipamento corporal a uma condição” (2010c, p. 49). Dessa forma, podemos relacionar a ação de “tomar a palavra” dentro da comunidade do filme com o processo de subjetivação política, em que o sujeito se dissocia do “corpo” e da identidade fixada pela ordem consensual e passa a assumir uma postura questionadora, junto com as consequências políticas que aquela ação pode gerar. Segundo Rancière (2010b), o processo de subjetivação política revela como os nomes (proletário, trabalhador, mulher, imigrante, etc.) são desviados de sua significação social para transformarem-se em espaços nos quais se define e se encena uma demanda de igualdade. Esses nomes seriam, portanto, provisórios e estariam atrelados a uma situação de fala específica.

E dessa forma, mobilizadas por *Vieux Fuzil* e pelos ideais de Leila (que buscam a valorização da mulher, do romance e da sensualidade), as mulheres se juntam à causa e dão início à greve de sexo. Observamos neste ponto da narrativa uma relação dialógica entre a subjetivação política e a emancipação das

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

mulheres, pois, ao mesmo tempo em que aquelas mulheres se retiram da posição de submissão e passam a assumir o controle de suas vidas e de seus corpos (e conseqüentemente da vida sexual de seus maridos), elas também criam e se apropriam autonomamente de novos padrões de conduta e julgamento. Rancière (2009) destaca que a emancipação abrange uma preocupação em quebrar/romper com a partilha do tempo e dos espaços que sustentam a sujeição social, exigindo a reconfiguração de um estado de coisas.

De um lado, a ação de Leila junto às mulheres da vila nos revela um processo político de criação de cenas que não existiam previamente para a emergência de mundos nos quais sujeitos e objetos antes não figurados se tornam visíveis sem aderir à ordem anteriormente disposta. De outro lado, essa ação política é interceptada e interrompida pelas sanções e constrangimentos da ordem policial, o que fica claro com o fato de que a realocação da mulher em seu lugar subalterno na sociedade é quase imediata após o início da greve, e as conseqüências também acontecem de forma rápida. Algumas mulheres são violentadas, outras são ameaçadas com o divórcio, outras sofrem preconceitos pela própria família, e Leila, a figura central da história, sofre uma conseqüência diferente de todas as outras: seu marido é o alvo de todo o preconceito e ameaças, e sua figura de masculinidade e autoridade começa a ser questionada e anulada perante aos outros homens.

Tal desfecho nos faz refletir acerca da crítica que Salvo Zizek (2004) faz ao modo como gestos políticos tendem a ser absorvidos pelo regime policial. Segundo esse autor, de um lado, não podemos negar as rupturas e fissuras promovidas pela política, mas de outro também não podemos negar que a ordem vigente não é muito porosa às investidas de resistência. Assim, somos posicionados diante do seguinte impasse: a política irrompe na ordem policial a fim de modificá-la, mas que tipo de mudanças pode ter desdobramentos diante da recusa,

da violência e das estratégias de cooptação próprias dessa ordem? Segundo Zizek, para que as ações políticas não se restrinjam a meras provocações sem consequências de transformação estrutural, elas não podem ser compreendidas apenas como explosões democráticas momentâneas (que minam a ordem policial estabelecida), mas precisam ainda prever como traduzir/inscrever tal explosão na ordem policial, impondo à realidade social uma nova ordem. Essa inscrição, e, sobretudo as formas de violência que a tornam possível, é que estaria no centro de alguns problemas não enfrentados por Rancière.

Quando observamos as consequências sofridas por Sami, o marido de Leila, percebemos que o jogo social imposto pela instituição machista e tradicional daquele vilarejo não se impõe somente às mulheres, e sim a todos aqueles que se opõem à ordem opressora, em consonância aos vínculos de dominação relacionais entre homens e mulheres propostos por Mattos (2006), quando menciona que a dominação, a opressão, a instrumentalização e o engano, “fazem parte do *jogo jogado* tanto por homens quanto por mulheres” (p. 154).

É interessante que analisemos o perfil da protagonista dentro da narrativa da greve, pois ele nos revela diversas (inter)relações entre o sujeito e si-mesmo e o sujeito e a sociedade através das diferenças de Leila em relação às outras mulheres da vila. Leila é a única mulher da narrativa que sabe ler, e que possui conhecimentos que vão além do senso comum e das mensagens transmitidas pela mídia através das novelas, que são assistidas em massa pelas mulheres da vila. Entretanto, Leila, mesmo sofrendo uma desaprovação geral, de homens e mulheres, por ser letrada e por gostar de ler livros que fogem à esfera religiosa, não se coloca – e também não é colocada – em uma posição superior às outras mulheres, que a inferiorizam por estas razões e por ser “estrangeira”: ela se considera e se porta de forma igual às outras, e põe seu conhecimento à disposição de todas as mulheres da vila, para que elas também sejam emancipadas intelectualmente através de seus próprios meios.

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

Ao estabelecer uma igualdade entre si mesma e as outras mulheres, mesmo vivendo em condições e realidades diferentes, podemos comparar esta ação de Leila à proposição do mestre ignorante, de Rancière. Leila não é ignorante, ela busca dissociar seu conhecimento de seus domínios e, desta forma, procura aproximar suas ideias de igualdade da realidade de outras pessoas e fazer com que elas experimentem essa sensação, incentivando as outras mulheres a se aventurarem em outros campos que não o da técnica doméstica bruta, construindo uma “conexão entre o conhecimento do conhecível e a ignorância do ignorante.” (Rancière, 2007, p. 114).

Mesmo diante de reações violentas e adversas, as mulheres mantêm a greve, que atinge também a política institucional do vilarejo, e a instituição religiosa. O movimento das mulheres finalmente é reconhecido, e elas se tornam sujeitos visíveis, mesmo que à força de gritos e violência, e conseguem constituir uma cena de dissenso dentro da comunidade. A cena de dissenso, no pensamento de Rancière, é fruto de um duplo movimento que “produz ficções ou dissensos, agenciamentos de relações e de regimes heterogêneos do sensível” (Rancière, 2010a, p. 53). Dentro da narrativa do filme, vemos que a cena de dissenso se instala num duplo movimento causado pela greve das mulheres, pois ao mesmo tempo em que elas desejam que sua demanda seja atendida, elas desejam que o seu papel na sociedade seja alterado e que elas sejam ouvidas como uma parte visível e útil da sociedade. Esse desejo de *ser ouvido* e de *ser visto* é que aparece mais fortemente dentro da narrativa, pois ele faz com que os sujeitos [as mulheres] tentem aparecer através da arte, da música e da dança, pois é através desses meios que elas são percebidas como mulheres e cidadãs, e não como escravas do lar.

Ainda refletindo sobre a cena de dissenso formada dentro da narrativa, podemos concluir que o filme não contém somente uma luta tortuosa das mulheres, sua(s) violência(s),

invisibilidades e sofrimentos, mas também contém uma mensagem poética e cultural em torno da encenação do dano, que além de performado através de gritos e raiva, também é cantado e dançado, fazendo com que esse litígio, essa ‘falha’, seja expressa de modo a ser entendida por todos. A poética da política, além de ser um desafio à oposição entre interlocutores legítimos e ilegítimos, remete à invenção da cena de interlocução na qual se inscreve a palavra do sujeito falante, e na qual esse próprio sujeito se constitui como parceiro de diálogo.

Diante da perspectiva forte e duradoura da greve proposta pelas mulheres, os homens se inclinam a discutir e exigir, em primeiro lugar, que as mulheres retornem ao seu lugar designado por *Allah*, que faz com que a ordem hierárquica seja imposta pela ótica transcendental da religião, e no segundo plano, dão atenção ao problema da água, e a partir desse momento, vemos que as mulheres e sua greve de sexo passam à frente de outros problemas do vilarejo e começam a fazer parte de uma reconfiguração da partilha do sensível, do discutível e do visível.

Quando o protesto atinge níveis críticos, e soluções radicais são apresentadas pelos homens, como o repúdio – equivalente ao divórcio, mas uma forma de “divórcio moral” – a todas as mulheres da vila e que todos os homens se casem com outras mulheres, Sami, marido de Leila e professor da escola da vila, vai até a sede do governo do vilarejo para saber mais sobre o problema do abastecimento de água na vila. O problema da greve de sexo, que até então pairava no nível da vida privada e da vida local, passa a atingir níveis institucionais, que deságua em outros problemas deste ambiente, como a corrupção e a ignorância dada pelo governo ao vilarejo periférico e invisível. Sami é ignorado pela autoridade, e retorna ao seu lugar, onde é demitido da escola e se encontra numa posição muito semelhante à das mulheres, passando, inclusive, a buscar a água nas montanhas.

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

O desfecho da narrativa começa a se desenvolver quando Sofiani, um jornalista vindo da cidade grande, chega ao vilarejo para escrever um artigo sobre insetos, e se recusa a escrever sobre a guerra de sexos de acontece na cidade. Suas falas são muito metafóricas nesse momento, e ele afirma a um habitante do vilarejo que se interessa “somente pelo infinitamente pequeno” e não pela greve das mulheres. Porém, o jornalista descobre que Leila mora no vilarejo, e neste ponto da trama revela-se que Leila era noiva do jornalista, porém ele se casou com outra mulher, e ela foi levada para o vilarejo e se casou com Sami. Então, Sofiani se comove com a situação das mulheres a partir do depoimento do Professor Sami e de Leila e escreve o artigo, construindo uma metáfora entre o *infinitamente pequeno* do estudo dos insetos ao *infinitamente pequeno* da situação criada pelas mulheres. Aquele *infinitamente pequeno*, o invisível a olho nu, as mulheres invisíveis e o vilarejo invisível ganham projeção e força política quando aparecem no jornal de circulação nacional e, assim, o Sheikh, temendo que a ação das mulheres se torne um exemplo para outras, convoca uma comissão e mobiliza os moradores para a construção do sistema hidráulico que levará a água das montanhas ao vilarejo.

Todavia, com a chegada da água até o centro do pequeno vilarejo, observamos um fenômeno interessante: a existência de um dano fundamental que evidenciava as injustiças, desigualdades e preconceitos entre sexos naquela sociedade é esquecida, e a tradição reassume seu lugar de imposição social, onde os homens continuam a beber no bar, e as mulheres continuam a buscar a água. Podemos dizer que os mecanismos da ordem policial de partilha do sensível são tão bem-sucedidos na narrativa que, mesmo ao fomentarem uma desigualdade de direitos e deveres entre homens e mulheres e uma segregação destas – um “dano” – eles conseguem naturalizar essa pretensa igualdade e fazer com que ela seja entendida como um dever secular da tradição.

Observamos, a partir da análise feita, uma relação entre o conceito de polícia proposto por Rancière e a normatização e regulação das ações das mulheres pelos valores tradicionais e machistas impostos por aquela comunidade, pois ambos procuram enquadrar o sujeito dentro de funções e identidades pré-definidas por uma ordem social. A partir do momento em que esta ordem é questionada, desafiada e encenada pelos sujeitos da narrativa, constrói-se, então, uma ponte entre os conceitos de dano, dissenso e desidentificação propostos por Rancière e as ações de ruptura social das mulheres, que passam a ser reconhecidas como força política dentro daquela sociedade que as enxergava apenas como uma força de trabalho doméstico dominada pelos homens. Podemos concluir, então, que há relação entre o processo de formação da voz política feminina dentro da narrativa do filme com o processo de subjetivação política proposto por Rancière, em que os sujeitos praticam ações políticas ao romper com o sistema consensual da ordem e se impor como visíveis e falantes.

Considerações finais

Ao final deste artigo, podemos afirmar que a construção da trajetória política das mulheres da narrativa de “A fonte das mulheres” e dos sujeitos “comuns” de Rancière se constitui em três estágios interligados: i) a demonstração argumentativa de um “dano” na cena de dissenso e o questionamento/verificação da existência da igualdade entre aqueles que partilham um “comum”; ii) uma encenação criativa capaz de revelar a natureza poética da política; iii) o rompimento com uma identidade fixada e imposta por um outro (a construção de uma desidentificação). Esses três estágios revelam a política como um processo criativo que desorganiza a ordem social, buscando a subjetivação política em uma cena de enunciação conflitual. Eles apresentam uma tentativa de fazer com que aqueles abrigados pela metáfora dos “sem-parte”, no caso as

A constituição da mulher como sujeito político no filme “A fonte das mulheres” e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível

mulheres, sejam ouvidos e vistos dentro da comunidade de partilha, e que o dano nomeado por esses sujeitos seja tratado, de modo que a igualdade seja reconfigurada e os sujeitos tenham oportunidade de participar desta e de expor suas demandas, mesmo que de forma esporádica e através de outras formas de expressão, como o canto, a dança e a arte.

Não podemos deixar de considerar a presença de traços de materialismo dialético no pensamento político de Rancière, herança de seu longo contato com as ideias de Louis Althusser. Ao definir a dinâmica entre política e polícia, ele de certo modo propõe que os subjugados, os subalternos que não possuem lugar e voz na comunidade de partilha sejam também autores de processos de contestação, resistência e verificação constante da igualdade. No filme, as mulheres que eram invisíveis e destituídas de palavra política são aquelas que contestam e se rebelam contra a ordem policial e sofrem as consequências violentas de quem atenta contra a muralha do poder institucional. Contudo, ao mesmo tempo em que vemos esses traços marxistas em Rancière, precisamos destacar que sua concepção de política deles se afasta de modo a apresentar em sua base uma dimensão estética e inventiva que caracteriza o que ele chama de “poética da política”. Tal poética expressa a articulação entre a “estética da política” e a “política da estética”, ou seja, a capacidade de, juntas estética e política se sustentarem mutuamente como formas de dissenso, como operações de reconfiguração da experiência comum do sensível. Há uma estética da política no sentido em que todos os atos de subjetivação política e desidentificação redefinem o que é visível, o que se pode dizer disso e que sujeitos são capazes de fazê-lo. O trabalho estético da política inventa sujeitos novos e introduz objetos novos e outra percepção dos dados comuns traduzindo a experiência em figuras novas. Há uma política da estética no sentido de que as formas novas de circulação da palavra, de exposição do visível e de produção de afetos deter-

minam capacidades e potencialidades novas para capturar e viver a dinâmica dissensual da vida coletiva, assim como ampliam as potências próprias da subjetivação política. Ela contribui para desenhar uma paisagem nova do dizível, do visível e do factível, forjando contra o consenso outras formas de sentido comum: formas de um sentido comum polêmico.

A política enquanto experiência estética coloca em jogo o estatuto daquilo que se vê, se diz e se faz lançando um questionamento sobre a distribuição de um conjunto de relações e formas de modo a impedir que o mundo seja entendido para além de uma leitura que se faz entre incluídos e excluídos, homens como seres de palavra e mulheres como seres silenciados. Busca-se promover um entendimento que extrapole o entendimento binário e redutor das diferenças para que “novas linguagens que permitem a redescrição da experiência comum, por meio de novas metáforas que, mais tarde, podem fazer parte do domínio das ferramentas linguísticas comuns e da racionalidade consensual” (Rancière, 2009, p. 91).

Os momentos poéticos da política envolvem as ações criativas de linguagem que desafiam as divisões entre capacidade e incapacidade, entre aqueles que estabelecem as regras e aqueles que as seguem, entre aqueles que são contados como parte efetiva de uma comunidade e os “sem-parte”. A nosso ver, a criação de uma situação comunicativa instaurada nas cenas de dissenso marca não só a importância da contextualização, do reconhecimento, da valorização dos atos dos sujeitos que dela participam e da visibilidade dos interlocutores, mas também a construção e constante reconfiguração argumentativo-poética de um objeto/questão percebido(a) como pertencente ao âmbito do “comum”. Esse processo de criação através do qual os sem-parte constroem cenas de dissenso e, fazendo isso, se tornam sujeitos políticos coloca em destaque o papel da comunicação e da linguagem a filosofia política de Rancière.

Referências

GUBERNIKOFF, Gisele. A imagem: representação da mulher no cinema. **Revista Conexão**, v. 8, n. 15, jan./jun. 2009.

HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. Tradução de Luiz Repa. São Paulo: Editora 34, 2003.

MATTOS, Patrícia. A mulher moderna numa sociedade desigual. In: SOUZA, Jessé. **A invisibilidade da desigualdade brasileira**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

MAY, Todd. Wrong, Disagreement, Subjectification. In : DERANTY, Jean-Philippe. **Jacques Rancière**: key concepts. Durham: Acumen Publishing, 2010.

MIGLIORIN, C. (Org.). **Ensaio no real**: o documentário brasileiro hoje. 1. ed. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2010. v. 1. 251.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Editora 34, 2009.

RANCIÈRE, Jacques. **Aux bords du politique**. Paris: Gallimard, 2004.

RANCIÈRE, Jacques. Biopolítica ou política? Entrevista concedida a Eric Alliez; Tradução de Edécio Mostaço. In: **Urdimento**, v. 1, n. 15. Florianópolis: Udesc/Ceart, 2010a, p. 75-80.

RANCIÈRE, Jacques. Nossa ordem policial: o que pode ser dito, visto e feito. Entrevista concedida à Truls Lie, *Le Monde Diplomatique*; Tradução de Giselly Brasil. **Urdimento**. v. 1, n.15. Florianópolis: Udesc/Ceart, 2010b, p. 81-90.

RANCIÈRE, Jacques. Política da arte. Entrevista concedida durante o seminário Práticas estéticas, sociais e políticas em debate; Tradução de Mônica Costa Netto. **Urdimento**. v. 1, n. 15. Florianópolis: UDESC/CEART, 2010c, p. 45-60.



RANCIÈRE, Jacques. **Políticas da escrita**. Tradução de Raquel Ramallete. São Paulo: Editora 34, 1995.

RANCIÈRE, Jacques. **O desentendimento**: política e filosofia. Jacques Rancière; tradução de Ângela Leite Lopes. São Paulo: Ed. 34, 1996.

RANCIÈRE, Jacques. The thinking of dissensus: politics and aesthetics. In: BOWMAN, Paul; STAMP, Richard. **Reading Rancière**. London: Continuum International Publishing Group, 2011, p. 1-17.

SOUZA, Jessé. **A invisibilidade da desigualdade brasileira**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

ZIZEK, S. The Lesson of Rancière. In: J. RANCIÈRE, **The politics of aesthetics**. London, Continuum, 2004, p. 67-79.



O DIABO NA TELA: O DISCURSO ESCATOLÓGICO COMO ELEMENTO PERSUASIVO DA COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

Luciano Martins Costa

A figura mitológica do Diabo constitui a persona mais presente nos programas de televisão controlados por organizações religiosas autoproclamadas evangélicas e por suas iniciativas de publicização na Internet. A observação de uma dezena de cultos, apresentados na TV e acessados a partir de uma seleção feita aleatoriamente no site de vídeos www.youtube.com, sob as terminologias “diabo”, “exorcismo” e “evangélico”, e pelos nomes de três dos principais oficiantes de rituais representativos das organizações predominantes no cenário da mídia religiosa brasileira denominada neopentecostal, indica a ocorrência de um discurso homogêneo no qual a figura do demônio aparece como portadora de poderes extraordinários, capazes de destruir a saúde, a harmonia familiar, as economias e a própria vida dos indivíduos, além de alterar a opção sexual de suas vítimas. Esse poder simbólico representa o risco a ser evitado nos “contratos de salvação” que caracterizam as relações em tais comunidades religiosas. As aparições do demônio na mídia se revestem de um caráter espetacular, que sustentam e

amplificam seu valor simbólico, funcionando como vínculo nas comunidades dos crentes.

A observação de sessões públicas de culto religioso, realizadas em São Paulo e no Rio de Janeiro pelas organizações denominadas Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), criada pelo bispo Edir Macedo, Igreja Mundial do Poder de Deus, do apóstolo Valdemiro Santiago, e Igreja Assembleia de Deus - Vitória em Cristo, dirigida pelo pastor Silas Malafaia, além de reportagens transmitidas pela Rede Record de Televisão, controlada pela IURD, e programas religiosos em canais diversos de TV, além de gravações de rituais disponíveis no site *www.youtube.com*, num período de três anos completados em outubro de 2013, aponta um índice de referências ao Diabo superior em até dez vezes ao número de citações dos nomes de Deus e Jesus Cristo, para cada evento observado. Uma análise da dramaturgia e do discurso típicos de tais eventos, oficialmente apresentados como sessões de culto e louvor ao Messias do cristianismo e à figura do Deus dos cristãos, indica que, na verdade, o culto se faz ao Anticristo, apresentado sempre como todo-poderoso, contra cujas potências o indivíduo não pode se defender por si mesmo.

No período observado, consolida-se uma mudança relevante no discurso e na estratégia dessas organizações religiosas, com a crescente sobreposição de uma “teologia do apocalipse pessoal” à tradicional “teologia da prosperidade”, que vinha caracterizando esse movimento desde sua ascensão no cenário midiático brasileiro, ocorrida em 1977, ano da criação da Igreja Universal do Reino de Deus pelo autoconsagrado bispo Edir Macedo. Com o crescimento da Igreja Mundial, criada em 1978 por Santiago com pastores e fieis subtraídos da Igreja Universal, a organização de Edir Macedo e outras igrejas neopentecostais se veem obrigadas a mudar de estratégia. Santiago passou a se destacar por suas sessões espetaculosas de cura e exorcismo, com intensa divulgação nos horários alu-

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

gados em emissoras de televisão e uso constante das redes sociais e outros recursos da Internet. Macedo se vê tangido a adotar novas práticas, assim como Malafaia, e ambos acrescentam ao discurso típico da “fidelidade” divina ao projeto pessoal de bem-estar material dos crentes, o protagonismo do demônio como fonte de todas as tentações e dificuldades na busca desses objetivos. A base teológica sofre uma mudança clara, migrando das promessas do Novo Testamento, que fundamentam os contratos de sucesso, bem-estar e prosperidade, para uma predominância do livro do Apocalipse de São João, que ganha maior número de citações, com o Diabo assumindo o papel de protagonista principal dos cultos e rituais, sempre vinculado à ameaça da hecatombe pessoal e imediata.

Com foco na classe de renda emergente da pobreza, Valdemiro Santiago usa a “teologia da prosperidade” com um recurso adicional bastante conhecido da psicologia religiosa e da antropologia, insistindo que, se o crente encontrava dificuldades para ter suas orações ouvidas por Deus, não era culpa dele, de uma eventual falta de qualificação profissional ou pessoal, mas obra de Satanás - trata-se aqui de um mecanismo de defesa no qual a responsabilidade pela angústia do indivíduo é deslocada para fora de si. Colocando a culpa do fracasso fora do indivíduo, na figura mítica do demônio, o apóstolo que lidera a Igreja Mundial e seus seguidores construíram uma narrativa em torno da iminência do apocalipse pessoal como um risco do dia-a-dia das pessoas, oferecendo uma causa mais aceitável para as dificuldades do cotidiano do que a hipótese da desqualificação do indivíduo. Além disso, a organização inovou na oferta de produtos milagrosos, com grande sucesso, obrigando seus concorrentes a seguir o novo modelo de “negócio”.

Concentramos o estudo no universo representado pelas principais denominações do grupo de igrejas consideradas neopentecostais, que, segundo amostragem do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divul-

gado em 2012, representavam cerca de 60% dos brasileiros que se declararam evangélicos. Esse total corresponde a cerca de 25 milhões de pessoas, numa população estimada em quase 191 milhões de habitantes. Incluímos a Assembleia de Deus entre os neopentecostais, embora seja mais bem definida como pentecostal, porque o Ministério Madureira, do Rio de Janeiro, dirigido pelo pastor Silas Malafaia, tem um protagonismo semelhante ao das denominações chamadas neopentecostais, cujo comportamento no uso da mídia televisiva e digital se caracteriza pela exploração intensa da imagem do demônio, da encenação de milagres e outros referenciais mágicos.

O neopentecostalismo se destaca no cenário religioso contemporâneo pela condução da vida espiritual sob forte influência da visão sobrenaturalista, baseada na vivência pessoal e testemunhal da revelação divina, na qual o indivíduo se transforma em campo de batalha entre as forças espirituais do Bem e do Mal, sendo sua vida material o resultado desse confronto cotidiano entre o divino e o demoníaco. As organizações aqui observadas se caracterizam por mesclar elementos das igrejas evangélicas tradicionais, como a leitura e interpretação da Bíblia pelos oficiantes do culto, com citações de práticas das seitas de origem africana e a busca da realização pessoal e da prosperidade. O Diabo, em suas múltiplas manifestações, é o elemento determinante dessa relação, conforme observa o sociólogo Ricardo Mariano:

Em termos teológicos, o neopentecostalismo caracteriza-se por: 1) enfatizar a guerra espiritual contra o Diabo e seus representantes na terra, identificados principalmente com os cultos afro-brasileiros; 2) pregar e difundir a Teologia da Prosperidade, defensora do polêmico adágio franciscano “é dando que se recebe” e de crenças de que o cristão está destinado a ser próspero, saudável, feliz e vitorioso em todos os empreendimentos terrenos;

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

3) refutar bíblicamente os tradicionais e estereotipados usos e costumes de santidade, que até há pouco figuravam como símbolos de conversão e pertencimento ao pentecostalismo (1996, p. 125).

O objeto central deste estudo é o Diabo, conforme apresentado em suas aparições na mídia religiosa a partir dos cultos e rituais das organizações neopentecostais, em seus aspectos espetaculosos e como protagonista de contratos que condicionam o modo de viver dos contratantes. Portanto, damos ênfase à característica apontada por Mariano no que se refere à “guerra espiritual contra o Diabo”. Conforme observa Adorno:

Na medida em que nesse processo a indústria cultural inegavelmente especula sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige, as massas não são, então, o fator primeiro, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo; acessório da maquinaria (1971, p. 288).

Tal composição teórica é aconselhada pela natureza do objeto de estudo: estamos tratando de rituais típicos de culturas primitivas, consolidados historicamente nos meios que caracterizam a cultura de massa, como a televisão, e que experimentam novo período de crescimento em sua expressão nas redes sociais digitais contemporâneas, que se expandem continuamente.

O demônio personifica o núcleo principal e aglutinador da comunidade, dado o poder simbólico que exerce sobre os fiéis, em contraposição ao qual se oferece a suas vítimas potenciais o poder atribuído aos oficiantes do culto, de manter o Mal sob controle. Nesse contexto, é preciso que se configure uma adesão sem fraturas a uma doutrina, cujos fundamentos e

interpretação se concentram na persona do líder religioso, cuja ascendência, assumida como pressuposto para essa relação transforma esse poder simbólico em poder real, encenado periodicamente nos cultos e levado pelos fieis ao mundo externo, durante suas ações de evangelização e captação de novos adeptos.

O pressuposto da comunidade é o do controle sobre pensamentos e ações, com base no poder que se atribui ao Diabo, contexto em que se pode observar a comunicação em seu aspecto linear, no qual a retroalimentação da mensagem emitida pelo oficiante do culto funciona como elemento reorganizador da fidelidade da audiência e renovador da influência do demônio.

A partir da teoria inaugural da chamada Cibernética e de seu produto, a Cibercultura, berço da comunicação digital, aquela exposta na obra de Norbert Wiener, faz-se conveniente considerar que, ao chamar a atenção para as possibilidades do controle em homens e máquinas, Wiener, proponente do conceito de redes e sistemas interconectados por computadores como o da Cibernética, coloca toda veemência na ilusão de controle – desde o título escolhido para seu estudo (a palavra grega “Kubernetes” referencia ao discurso de Platão sobre o governo de barcos e homens). Essa ilusão de controle se manifesta claramente no objeto do presente artigo, notada nos eventos culturais-religiosos cujo sucesso midiático depende da manutenção da audiência coesa sob o medo da figura mitológica do demônio.

Considerando, como Wiener, que “a sociedade só pode ser compreendida através de um estudo das mensagens e das facilidades de comunicação de que disponha” (1968, p. 16), buscamos analisar as mensagens trocadas entre os pastores, apóstolos e bispos das organizações observadas e o demônio, em suas aparições e performances nos templos religiosos, as quais compõem o processo comunicacional que aqui nos interessa. Esperamos identificar sinais de um protagonismo central do Diabo nesses eventos, num período em que suas cons-

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

tantes manifestações produzem um conjunto de informações definidoras de uma teologia cujo objeto não seria a fé, mas a dúvida, ponderando, como Wiener, que:

Informação é o termo que designa o conteúdo daquilo que permutamos com o mundo exterior ao ajustar-nos a ele, e que faz com que nosso ajustamento seja nele percebido. O processo de receber e utilizar informações é o processo de nosso ajuste às contingências do meio ambiente e de nosso efetivo viver nesse meio ambiente (1968, p. 17).

Segundo Wiener, que se vale de uma constatação na termodinâmica para observar os processos comunicacionais, nos sistemas de trocas de informação há uma tendência estatística para a desordem, ou entropia, à qual se resiste pela retroalimentação das informações. No fim do processo entrópico, observa Wiener, nada de novo irá acontecer, e “não restará nada a não ser uma insípida uniformidade, da qual só podemos esperar flutuações locais insignificantes” (1968, p. 31). Apropriado por Vilém Flusser, o conceito se complementa com a hipótese da entropia negativa, ou neguentropia, fenômeno que ocorre contra a tendência da natureza à entropia. No seu ponto de vista, a comunicação, como um processo termodinâmico – por exemplo, numa aula – é um fenômeno entrópico, por produzir difusão e perda de energia (as ondas sonoras dispersadas pelo ar), mas, vista como processo cultural, produz um acréscimo de informação ao final da troca comunicacional entre o emissor e o receptor, que reorganiza o sistema e resiste à entropia.

No entanto, a estrutura neguentrópica exige que o receptor e emissor compartilhem o código que ancora o processo comunicacional. Os códigos, como conjuntos de símbolos, ou sistemas compostos por elementos com significados compartilhados, “tornam-se uma espécie de segunda natureza”,

onde os símbolos compartilhados produzem a entropia negativa, sendo maior o efeito neguentrópico tanto mais fechado for o sistema. Esse arcabouço conceitual permite analisar como o sistema de crenças necessita do protagonismo periódico do Mal, para produzir o desequilíbrio que irá assegurar a continuidade do próprio sistema. Dito de outra forma, o ideal perseguido pela comunidade dos redimidos precisa ser constantemente perturbado pela ação do Maligno, caso contrário seguirá, entropicamente, em direção à “insípida uniformidade”.

Na observação do Diabo como personagem midiático, concluímos ser ele o sujeito de um processo comunicacional que precisa se renovar constantemente para fugir à desorganização e à perda de significado. Ora, se bastasse a fé para a conquista da redenção eterna e para obter a graça que irá assegurar a prosperidade material e o bem-estar, como prometem os arautos das entidades religiosas, o sistema da religião entraria inevitavelmente em processo de entropia no momento mesmo da construção da comunidade dos redimidos.

Nas seitas neopentecostais observadas, o medo é a cola que mantém coesa a comunidade e sustenta a ascendência do líder religioso sobre seus integrantes e familiares. Essa relação depende fundamentalmente da figura do Diabo, de modo que, contraditoriamente, quanto mais poderoso se manifesta o representante do Mal, mais incondicional se torna a entrega dos fiéis às exigências impostas pelo oficiante do culto. Assim, numa interessante simbiose, o Mal e o Bem se alimentam mutuamente, num comércio de poderes no qual o lucro da igreja se consolida e se expande conforme crescem as artes e manhas do Capeta. A existência subjetiva do demônio é concretizada pela ação e invocação do oficiante, tornando-se *material* no ato do culto e, mais objetivamente, na monetização dessa troca. A ação dos líderes religiosos, ao oferecer ao demônio um “estar no mundo”, transforma seu poder simbólico sobre os fiéis em poder real e cria para o pesquisador um lugar no cam-

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

po dos fenômenos onde a interação do Diabo corporificado com os humanos pode ser observada.

Assim, o Capeta transita entre o inferno, sua moradia, e o mundo dos homens. Atende pelos nomes de Lúcifer, Sata-nás, Belial, Dragão, Principal, a Besta, o Maioral, o Excomun-gado, o Chefe, o Maldito, o Feio, numa profusão de denomi-nações invocadas conforme o grau de solenidade que o mo-mento exige. Esse movimento intermitente entre subjetivida-des e concretudes pode ser observado no âmbito comunicacional de várias maneiras, tanto na análise das narra-tivas que procuram explicitar o potencial destruidor do demô-nio, suas artimanhas e persistência, como no estudo das rela-ções do poder que se estabelece sobre o fiel, e que é exercido de maneiras intercaladas, ora pelo Mal, ora pelo representa-te do Bem. No contexto de absoluta adesão que se desenvolve entre os protagonistas dessa relação dialógica, a condição ne-cessária para a manutenção do poder simbólico do oficiante sobre a comunidade é dada pelo Diabo. Torna-se imprescindí-vel, então, definir um território específico no campo da razão, de onde pode o observador analisar esse fenômeno que, sendo manifestação cultural, religiosa e econômica, precisa ser com-preendido no contexto comunicacional.

Esse é o desafio inaugural deste trabalho: como anali-sar, no campo da comunicação, o objeto mítico cuja existência é aceita, testemunhada e considerada como condicionante de modos de vida real dos crentes? Impõe-se, imediatamente, esse problema conceitual: como analisar o processo comunicacional entre humanos e o ser mítico, dado que esse processo deve incluir a interpretação da palavra convencionada como sagra-da, além dos demais símbolos que definem a hierarquia entre os valores propostos para a interlocução do homem com o Di-abo? Um dos pressupostos para essa tarefa é o de que, para agir na comunidade humana, o demônio precisa estar vivo e operante no inconsciente do crente. O outro pressuposto é o

da validade da palavra conforme a interpretação que lhe dá o condutor do culto ou intérprete da Escritura sagrada, pois, segundo Kant:

Um livro sagrado obtém para si, mesmo naqueles (e justamente sobretudo nestes) que o não leem ou, pelo menos, não conseguem a partir dele fazer nenhum conceito religioso coerente, o maior respeito, e todo o arrazoado não interessa nada perante a sentença peremptória que esmaga todas as objeções: Está escrito (2008, p. 127).

Como, ainda no dizer de Kant, “os intérpretes designados de semelhante Escritura são, por assim dizer, pessoas consagradas em virtude desse seu próprio afazer” (op. cit.), vemo-nos presos a um círculo de subjetividades no qual o pensamento crítico deverá se confrontar com uma razão construída especificamente para validar a interpretação segundo a qual o Diabo está no mundo. Chamaremos essa razão construída de uma “racionalidade simulada”, nos termos de Baudrillard, mas abordaremos também o conceito delineado por Foucault para a *desrazão*, ou uma “loucura cultural”, não patológica.

Considerando-se que, para funcionar nos processos descritos neste trabalho, a comunicação deve acontecer em ambiente pouco contaminado por ruídos, vale a observação dessa linearidade, que, no entanto, realmente torna-se circularidades porque estamos tratando de protagonistas que, ao deixar o ambiente específico do culto, retornam à complexidade social, onde são desafiados a testar o discurso apreendido nos rituais e comprovar suas convicções, retornando periodicamente para novas imersões na mesma narrativa e no mesmo discurso que analisamos. Neste caso, porém, a ação dos *feedback* se torna menos efetiva, porque as interlocuções dos protagonistas se dão quase exclusivamente em seu próprio ambiente cultural, no campo religioso. Ainda assim, torna-se útil lembrar a con-

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

tribuição de Umberto Eco quanto aos modelos interativos, uma vez que o teste das crenças é feito na exposição à heterogeneidade do “estar no mundo”, onde a fé estará sendo ameaçada pela dúvida.

Finalmente, não se pode trazer esse contexto para o ambiente aberto da análise sem a ajuda de uma teoria que exponha criticamente sua natureza “contracultural”, em certo sentido, como resistente à complexidade cultural externa ao seu campo próprio, motivo pelo qual seremos obrigados a invocar a ajuda de Edgard Morin e Max Horkheimer. De Morin já podemos destacar as características que definem o olhar externo, o do observador, sobre a cena observada, uma vez que o objeto deste estudo se insere na cultura de massas, a cujo *mainstream* resiste mas ao qual pretende influenciar com seus parâmetros específicos, segundo lembra ainda Santaella:

Embora seja a cultura realmente nova do século XX, para Morin, a cultura de massa não é autônoma, mas pode embeber-se de outras culturas – nacional, religiosa ou humanística – nelas se interpenetrando e, quase sempre, corrompendo-as. Embora tenha uma natureza que lhe é própria, constituindo-se como um conjunto de símbolos, valores, mitos e imagens, a cultura de massas se insere na complexa realidade policultural das sociedades contemporâneas (2001, p. 66).

O desafio inicial é, portanto, apontar a aplicabilidade dos modelos citados nessa análise. No caso objeto do presente estudo (a manifestação específica de uma cultura que, embora restrita e homogênea, se pretende de massa), temos a ambição de evidenciar que os processos comunicacionais que a caracterizam carregam toda essa complexidade. Os cultos a que nos referimos têm um caráter “contracultural” em sua oposição ao *modus* do mundo (visto pelos crentes como território do Dia-

bo), que os oficiantes (autoqualificados como bispos, pastores, profetas, apóstolos e assemelhados) pretendem subverter, convertendo ao seu próprio modo de estar no mundo, definido por uma interpretação específica do texto bíblico.

Pode-se afirmar que os signos de uma cultura arcaica emergem do próprio texto bíblico, que inspira e justifica a ação dos grupos protagonistas do presente trabalho, propondo um confronto com a racionalidade esperada de uma visão de mundo moderna. Não se pode afirmar que as comunidades neopentecostais reproduzem sociedades arcaicas, porque estão imersas na sociedade contemporânea, com a qual interagem e buscam nela os bens materiais e simbólicos que representam a prosperidade mundana, mas pode-se observar no conjunto de crenças sinais de um pseudo-arcaísmo a condicionar suas relações. Tais características não são apenas aquelas originadas no texto sagrado, mas principalmente as que são construídas e enfatizadas como parte da narrativa do mundo e do discurso com o qual se potencializa o protagonismo do Diabo na vida cotidiana.

A observação dos rituais produzidos durante os eventos aqui referidos e publicizados pela televisão e pelas redes sociais digitais permite identificar muitas semelhanças com rituais de cultos afro-brasileiros, especialmente da Umbanda, uma das duas correntes da religiosidade africana que sobrevivem adaptadas ao ambiente urbano do país. Contraditoriamente, os cultos afro-brasileiros são costumeiramente demonizados pelos religiosos das instituições aqui analisadas, que apontam os “terreiros” como os lugares onde o Diabo emerge da dimensão espiritual para atacar os fiéis. Observando-se os cultos e rituais das organizações que estudamos, pode-se notar que são estruturados em modelos muito homogêneos, que cumprem quase sempre a seguinte sequência:

1. Breve leitura e interpretação de textos bíblicos, entremeados de cânticos.

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

2. Discurso exaltando as qualificações do sacerdote ou pregador e sua suposta intimidade com o poder divino.
3. Invocação, ou provocação, do mal, por convite a participante da plateia ou indicação de um dos auxiliares do oficiante principal, que seleciona a “vítima do demônio” e faz uma breve descrição do mal que acomete essa pessoa.
4. “Entrevista” com a suposta entidade demoníaca responsável pelos males, cujas razões e pretensões são verbalizadas pela própria “vítima”, com a voz alterada, geralmente enrouquecida.
5. Exorcização do suposto espírito maligno, que inclui assopros sobre a cabeça da vítima, ruídos com a boca, gestos dramáticos com as mãos, e eventualmente contato físico agressivo, e é geralmente encerrado com o desfalecimento da vítima e sua imediata recuperação.
6. Cânticos, louvores, aplausos e conclusão, com chamadas publicitárias para produtos e substâncias com “poderes” para manter o demônio afastado dos fieis, que estão à venda no templo e pela internet, e anúncios de futuras apresentações.

Assim invocado na função de entidade a ser exibida como num circo místico, Satanás é apresentado no papel de personagem fundamental da trama religiosa, como os lutadores dos antigos programas de *telecatch* destinados ao papel de vilões, que agridem o predileto do público durante a primeira parte do combate simulado, usando de artimanhas e truques desleais, para no final sair derrotado. Mas o demônio nunca é vencido definitivamente, e no próximo evento estará sendo apresentado em novo episódio de invasão de corpos e vontades, pairando sobre o imaginário dos fieis como uma ameaça onipresente e permanente. O demônio exerce, portanto, sobre a coletividade dos crentes, um poder simbólico nos termos de-

finidos por Pierre Bourdieu como, “Esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhes estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (1989, p. 7-8).

Esse poder simbólico do demônio é exercido em seu nome pelos oficiantes dos cultos, aqui representados pelos líderes religiosos Edir Macedo, da Igreja Universal, Valdemiro Santiago, da Igreja Mundial do Poder de Deus, e Silas Malafaia, da Igreja Vitória em Cristo, ligada à rede de Ministérios Assembleia de Deus. Embora oficialmente suas performances se realizem em nome do poder divino, é o temor do mal, representado pelo Diabo, que atrai os fieis e os mantém conectados pelo vínculo da crença e do medo que lhes são comuns. Além desse protagonismo central, observe-se que Satanás se *corporifica* seguidamente a cada sessão, tornando-se, portanto, concreto em sua ação e na manifestação *real* de seus poderes, enquanto Deus e o Messias dos cristãos têm presença apenas subjetiva, representados simbolicamente nas palavras dos pregadores e na conveniente interpretação dos textos bíblicos.

Para funcionar com a eficácia capaz de manter o grupo coeso e impermeável a distrações de consciência, a narrativa, o discurso, o ritual e a cenografia precisam compor um conjunto fechado de símbolos, quase um *programa*, no sentido em que é definido por Vilém Flusser. O contexto ideológico pode ser identificado por meio do modelo de Lasswell, justamente no que concerne ao aspecto de completa submissão dos participantes ao conjunto de valores e crenças proposto nos referidos eventos: trata-se de modelo linear de transmissão de comunicação, no qual os receptores aceitam passivamente a autoridade do emissor, seguindo-o para além dos limites da racionalidade, ou, no dizer de Baudrillard, até o território de uma racionalidade simulada, ou daquela condição descrita por Foucault como a *desrazão*.

O medo do demônio é o elemento pervasivo a garantir a eficácia do discurso e da narrativa, ainda que a mensagem

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

extrapole aquilo que é racionalmente aceitável. Interessante lembrar que um dos protagonistas dessas cerimônias de exorcismo, o pastor Silas Malafaia, que é graduado em Psicologia pela Universidade Gama Filho, demonstra especial ojeriza à psicanálise e aos psicanalistas, bem como a cientistas de modo geral, contra os quais tem dedicado muitas de suas prédicas. Por conta dessa especial desafeição, ele protagonizou uma série de conferências em que tenta defender a versão criacionista da origem do homem contra as evidências científicas do evolucionismo. Além disso, tem sido personagem destacado durante disputas eleitorais desde 2010, atuando no campo político-partidário como opositor de políticas públicas que preconizam a descriminalização do aborto e normas legais contra o preconceito e a discriminação por orientação sexual. Sob diversos ângulos de análise, seu discurso se destaca pelo obscurantismo e representa uma forma conservadora de “contracultura” que se opõe a aspectos liberais da sociedade contemporânea.

Sendo a cultura um produto da comunicação, convém determo-nos numa reflexão sobre esse ponto. O demônio, objeto do presente trabalho, pode ser contextualizado no sentido das representações visuais, da oralidade, da gestualidade e dos espaços simbólicos, muito além do campo meramente religioso, presentes nos rituais protagonizados pelos oficiantes desses cultos – e é o que tencionamos fazer. No entanto, a amplitude desses aspectos dramáticos e discursivos como suportes para a valorização do personagem que estudamos obriga a circunscrever a análise a um conjunto de elementos suficientes para estabelecer a correlação entre tais manifestações contemporâneas e algumas práticas que caracterizam comunidades arcaicas não alcançadas pela modernidade. Assim, podemos observar como a figura do Diabo funciona como elemento que justifica a permanência ou a vivificação de aspectos pré-modernos nas comunidades de crentes imersos na contemporaneidade.

Estamos tratando da figura mítica que personifica o grande antagonista na cultura cristã, Satanás, distinguindo-o de outras tradições, que produziram os *daimones* dos gregos, os espíritos gênios da mitologia árabe e deram e o *daemon* dos latinos. Apanhamos, portanto, sua ação conforme é descrita nos cultos e rituais observados, nos quais é definido como criatura dotada de vontade própria, cujo propósito é “a criação do espírito humano perfeitamente diabólico”, conforme o define Vilém Flusser.

Referências

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Edusp, 1971.

BAUDRILLARD, Jean. **A troca impossível**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BAUDRILLARD, Jean. **A sombra das maiorias silenciosas**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro, Zahar, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CAMPOS, Leonildo Silveira. O demoníaco, a representação do mal, os sistemas de acusação e de inquisição no protestantismo histórico brasileiro. **Estudos de Religião**. São Bernardo do Campo, n. 33, jul./dez. 2007, p. 59-107.

FAUSTO NETO, Antônio. Dispositivos de telecura e contratos de salvação. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 3, n. 6. São Paulo: ESPM, 2006.

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

- FLUSSER, Vilém. **Los gestos**. Barcelona: Herder, 1994.
- FLUSSER, V. **A história do diabo**. São Paulo: Anablume, 2006.
- FLUSSER, V. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FLUSSER, V. **O universo da imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.
- FLUSSER, V. **A dúvida**. São Paulo: Anablume, 2011.
- HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich. **Introdução à história da filosofia**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.
- HJARVARD, Stig. **The mediatization of religion: a theory of the media as agents of religious change**. Estocolmo: Northern Lights, 2008.
- HORKHEIMER, Max. **Teoria crítica**. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- KANT, Immanuel. **A Religião nos limites da simples razão**. Covilhã (Portugal): LusoSofia, 2008.
- LÉVY-STRAUSS, Claude. **Antropologia estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1973.
- MACEDO, Edir. **Jejum de Daniel**. Disponível em: <www.bispo-macedo.com.br/2013/10/04/12o-dia-do-jejum-de-daniel/>. Acesso em: 05 out. 2013.
- MARIANO, Ricardo. Igreja Universal do reino de Deus: a magia institucionalizada. **Revista USP**, São Paulo, set./nov. 1996.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.

MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião: a construção de vínculos religiosos na cibercultura**. São Paulo: Ideias & Letras, 2012.

NIETZSCHE, Friedrich. **Além do bem e do mal**. Schwarcz, São Paulo, 2010.

PATRIOTA, Karla Regina Macena Pereira. Mídia e entretenimento: em busca da audiência religiosa. revista de **Estudos da Religião**. Recife: Rever, setembro/2008.

PELBART, Peter Pál. **Da clausura do fora ao fora da clausura: loucura e desrazão**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Hacker, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

SBARDELOTTO, Moisés. Entre o social e a técnica: os processos midiáticos do fenômeno religioso contemporâneo. **Revista ação midiática**, v. 2, n. 1. Curitiba, 2012.

SILVA, Drance Elias da. Despotencialização de demônios por meio de dádivas e desafios. revista **Estudos da Religião**. Recife: Rever, dez. 2007.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2004.

O diabo na tela: o discurso escatológico como elemento persuasivo da comunicação na contemporaneidade

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade**: o uso humano de seres humanos. São Paulo: Cultrix, 1968.

Vídeos

Acabei de dar uma bela de uma cagada! Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=tLAvvU2lcV8>. Acesso em: out. 2013.

Apostolo Valdemiro expulsa demonios com toalhinha benta. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=Fu9Q6rXJrNY>. Acesso em: out. 2013.

apostolo valdemiro santiago faz pacto com o diabo... Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=zKngkNFXtF8>. Acesso em: out. 2013.

Criação x Evolução, Quem Está Com a Razão? Parte 01. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=BKFPd2SaPk8&list=PLF0F69D3B329FAEA4&index=1&feature=plpp_video>. Acesso em: out. 2013.

Demônio fala para Edir Macedo que comanda Valdomiro Santiago. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=0NNArJ_eQgw>. Acesso em: out. 2013.

Quando o Diabo tentou matar o Pastor Silas Malafaia. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=h4BYqt_gMKM>. Acesso em: out. 2013.



DEBATE POLÍTICO E
COMUNICAÇÃO:
UMA ANÁLISE DO CONCEITO
DE ESFERA PÚBLICA
NA IMPRENSA BRASILEIRA

Rachel De Rosso Buzzoni

No dia 23 de julho de 2012, a Agência Nacional de Telecomunicações, Anatel, proibiu a venda de chips das empresas Claro, Oi e TIM em diversos estados do país. A decisão de punir as três operadoras foi anunciada pela agência no dia 18 de julho de 2012 e passou a ser veiculada na imprensa no dia seguinte, com exclusividade para o portal Folha Online, do jornal Folha de S.Paulo. De acordo com a nota oficial divulgada pela Anatel, que tomou a medida em razão do alto índice de reclamações dos consumidores, a TIM foi a operadora mais penalizada deixando de comercializar o produto em 18 estados e no Distrito Federal, a Claro foi punida em três estados da federação (incluindo São Paulo) e a Oi, em cinco.

Em primeiro lugar, para avaliarmos as consequências deste tipo de sanção, em vigor durante onze dias (entre 23 de julho a 02 de agosto de 2012), se faz necessária a análise de como a mídia contemporânea intensifica a visibilidade da esfera pública ao mesmo tempo em que mantém níveis de debate político, proporcionando informações políticas qualificadas,

que contribuem para gerar posições e opiniões políticas públicas racionalmente motivadas.

Como em qualquer jogo político, a tentativa de algumas elites administrarem a visibilidade e fazer repercutir discursos do próprio interesse dentro do ambiente midiático será uma das análises realizadas em seguida, bem como a defesa de garantir uma competição justa entre os grupos, para que todos tenham chances iguais de expressar seus interesses e se fazer representar.

Por fim, o que se espera com este trabalho é analisar esses media, no caso, o jornal a Folha de S.Paulo – escolhido por ser o maior jornal de circulação no país e o primeiro a publicar com exclusividade o tema da sanção da Anatel – e compreender a complexidade da dinâmica que ele exerce nos processos discursivos de legitimação e participação política.

O conceito de esfera pública e a mídia

Habermas (2003) conceitua a esfera pública como sendo um espaço social e comunicativo entre esfera privada e o Estado, caracterizada pelo acesso livre, geral e desimpedido ao público, pela publicidade e, de acordo com Altheman (2012, p. 268), pela possibilidade de crítica ao Estado autoritário e pela decisão própria autônoma do cidadão. É, portanto, o espaço de deliberação, no qual só pode ser constituído por meio da linguagem, entre outras fontes, dos media e de outros espaços de conversação e diálogos.

O autor define o espaço público como lugar para o exercício da liberdade e para a realização do homem, e se propõe a analisar as transformações por que passaram a esfera pública e política na era atual. Para Habermas, as novas formas de sociabilidade ganharam força e expressão com o surgimento de novos ambientes, principalmente tecnológicos (Marcondes, 2009).

Com a transformação dos meios de comunicação ao longo do tempo, a experiência de mundo – antes relegada à esfera

íntima da família ou à dimensão individual – passou a ser largamente mediada pelos meios de comunicação.

Atualmente, a aglomeração urbana não permite uma experiência direta de grande parte dos acontecimentos, portanto, diversos tipos de mídia tornam-se referências do indivíduo urbano, submetido ao princípio de publicidade inerente à constituição da esfera pública burguesa.

De acordo com Francine Altheman (2012, p. 269), Habermas estabelece em sua obra uma importante analogia entre o surgimento da esfera pública burguesa, nos séculos XVII e XVIII, e o surgimento da imprensa. Segundo Gomes (2008, p. 37), a esfera pública moderna constituiu-se com a burguesia, classe social que a partir do século XVI controlava as posições chave na economia das sociedades europeias, mas estava excluída do poder exercido como domínio no Estado e na Igreja. O contraste entre sua enorme importância social, mas sem nenhum reconhecimento e ainda as condições de privados da vida política é que levaram os burgueses a identificar na possibilidade da esfera pública a) um âmbito livre do domínio das instancias estabelecidas e b) neutro quanto ao poder político do Estado (Gomes, 2008, p. 37). Neste período, a esfera pública burguesa reunia-se em cafés e salões com intuito de debater assuntos de interesse geral, utilizando a imprensa de opinião tanto para mediar o uso público de suas razões e expressar seus pontos de vista como para fazer circular essas opiniões em vários ambientes.

A esfera pública é a ocasião e a condição para gerar a opinião pública, que nada mais é que a vontade coletiva que nasce do consenso das razões em público. A ideia de opinião pública está associada à imprensa, que se torna instrumento para que as decisões políticas sejam tomadas e legitimadas nesse novo fórum público (Habermas, 2003a).

Ainda que muita coisa tenha se alterado de alguns anos para cá e o próprio Habermas tenha mudado seu pensamento,

na época em questão, o autor acreditava que se os meios de comunicação respondem à lógica de capital e mercado, logo eles perdem a característica de acessibilidade das informações para qualquer tipo de público. Habermas então defende que se constrói uma opinião não pública, que não é resultado do debate dos concernidos e que se caracteriza somente como uma projeção dos interesses particulares sob o disfarce do interesse de todos. “O jornalismo crítico é suprimido pelo manipulativo” (Habermas, 2003a, p. 210).

De acordo com Maria Silveirinha (2010, p. 39), os media determinam decisivamente a agenda dos “públicos fortes” que deliberam na tomada de decisão formal. Contudo, os media “preferem, em vez da sua auto compreen são normativa, alimentar-se do material de produtores de informação poderosos, organizados e enquanto eles preferirem estratégias que baixem em vez de aumentarem o nível discursivo da comunicação pública, as questões tenderão a começar e ser dirigidas a partir do centro, em vez de seguir um curso espontâneo que originaria na periferia” (Habermas, 1996, p. 380). A consequência disto é clara: “as dinâmicas de comunicação de massa são dirigidas pelo poder dos media de selecionar, e formar a apresentação das mensagens e pelo uso estratégico do poder político e social de influenciar as agendas, bem como enquadrar as questões públicas” (Habermas, 2006, p. 415).

Em *Direito e Democracia*, Habermas (1992), volta ao conceito de esfera pública, considerando os media como agentes capazes de conferir a visibilidade a eventos e discursos, libertando processos comunicativos de espaços restritos e permitindo uma integração de debates que se dão nesses espaços (Gomes; Maia, 2008).

Segundo Altheman (2012, p. 270), o autor define três contribuições potenciais que sustentam a importância desempenhada pelos meios de comunicação na constituição da esfera pública: a primeira refere-se à questão da visibilidade e seu

poder de publicização; a segunda diz respeito à capacidade dos media de promover uma simultaneidade de acesso aos conteúdos discursivos que circulam em vários contextos argumentativos; a terceira contribuição diz respeito à acessibilidade das mensagens, que podem ser vistas por qualquer um, em qualquer lugar e a qualquer tempo (Marques, 2008).

Para compreender o papel que os media desempenham na sustentação da esfera pública política, seja fomentando a conversação cívica politicamente relevante na vida cotidiana, seja oferecendo plataformas para o debate público mediado, que envolve atores políticos variados é preciso estudar os valores da conversação cotidiana, as relações desta conversação e os usos que os cidadãos fazem dos produtos midiáticos e ainda se ocorre a participação da sociedade civil no debate político. No caso deste artigo, o foco dessa conversação se dará no nível macro, no entanto, é possível fazer alguns recortes de fontes influentes que emitiram suas opiniões nas matérias analisadas.

O papel dos media

Segundo Habermas (2006), a discussão realizada na esfera informal cotidiana – nos fóruns organizados da sociedade civil e nos meios de comunicação – deve preencher a função de “mobilizar ou articular questões relevantes e a informação necessária, e especificar interpretações” (Habermas, 2006, p. 416). O autor sugere que cabe à sociedade civil criar preferências e expressá-las por meio da ação individual e coletiva a fim de produzir uma decisão política. Para que isso seja feito, os cidadãos devem ter oportunidades iguais e efetivas de aprender sobre as políticas alternativas, além de se engajarem na investigação e discussão das questões em pauta.

Maia (2009, p. 201) demonstra esta ambiguidade do papel dos media: por um lado, entende-se que em determinadas situações, os agentes midiáticos podem mobilizar não apenas questões políticas relevantes, mais, ainda as informações

requeridas e as contribuições apropriadas para um debate político eficaz. Por outro lado, segundo a autora, eles podem, em igual medida ignorar ou banalizar questões políticas importantes e ainda distorcer informações, excluir ou deslegitimar a voz de certos autores à medida que favorecem e advogam em benefício de outros. A análise das matérias publicadas na Folha de S. Paulo poderá explicitar melhor esta conceituação.

Além de observar este papel dos media, é importante também analisar como (e se) os media criam novas oportunidades, novas opções e novos espaços para que os sujeitos produzam sentido de si mesmos, da relação com os outros, etc.

O material dos media, segundo Maia (2009, p. 209) é potencialmente transformador das relações do cotidiano. Esses bens simbólicos, ao dramatizar conflitos vivenciados concretamente pelos indivíduos na sociedade ou trazer elementos de um mundo distante, ou um conjunto de questões e valores entendidos no tempo e no espaço, podem fornecer insumos para a politização das experiências pessoais. Experiências essas, que, de acordo com Habermas (1997, p. 98), colaboram para que a esfera pública retire seus impulsos da esfera privada, dos problemas sociais e das disfunções dos problemas sociais.

Apesar de muito se falar “do debate” sobre a necessidade da imparcialidade jornalística, que os media devem seguir, é cada vez mais comum a contribuição de espaços privilegiados que esses oferecem para discursos hegemônicos, que reforcem hierarquias sociais e relações de poder.¹ Para Maia (2009, p. 210), ainda que os media reforcem a circulação de padrões estereotipados e carreguem em si um discurso social com certos juízos e valores favorecendo esses grupos hegemônicos, não se deve esquecer a possibilidade de um posicionamento refletido por parte dos sujeitos que sofrem de exploração, estigmatização ou de injustiças sociais.

¹ Luís Mauro Sá Martino (2003) faz interessante abordagem sobre Mídia e Poder Simbólico

**Debate político e comunicação: uma análise do conceito
de esfera pública na imprensa brasileira**

A autora lembra que, para Bourdieu (1989) e Habermas (1992), um determinado discurso estabelece posições de uns em relação aos outros, que os atores podem ou não reconhecer, podem ou não assumir. É a partir da análise das matérias que será possível capturar tais posicionamentos e ainda contestar as representações e discursos presentes nos media.

Análise das matérias publicadas

A partir dessas questões, nota-se a importância dos media no que tange à ampliação dos debates políticos. Mas como, de fato, a comunicação oferece esta oportunidade para a expansão das causas cívicas e para a apresentação de diferentes pontos de vista, argumentos e preocupações para que ocorra este debate?

De acordo com Maia (2009, p. 2015), repórteres e jornalistas avaliam o interesse de uma questão com base em critérios de noticiabilidade tais como: o potencial para despertar a atenção do público; os graus de importância, de impacto e de atualidade da matéria; a existência ou não do caráter espetacular ou chocante, entre outros elementos.

É, portanto, neste ambiente, que os agentes midiáticos selecionam tópicos, constroem as narrativas, editam e agenciam as vozes e dos atores. Filtrando e enquadrando sentidos, todo embate e negociação de argumentos dentro desta cena midiática segue uma autonomia própria que raramente permite as motivações e habilidades dos atores sociais – neste artigo não cabe analisar em detalhes o tom discursivo de tais autores que foram fontes das matérias, mas sim a forma com a qual os discursos das empresas de telecomunicações impactadas com a medida imposta pela Anatel, além do próprio discurso da Anatel pautaram o jornal ao longo dos dias. Será possível ainda verificar que, apesar da exposição investigativa apresentada, a Folha traz um rico exemplo de como os critérios jornalísticos mencionados anteriormente são utilizados.

Na primeira matéria divulgada pela *Folha*, em 19 de julho de 2012 a manchete do jornal possui um caráter tendencioso ao publicar o título “Anatel suspende venda de planos de TIM, Oi e Claro”. Em nenhum momento do texto complementar fica claro que tipo de produto foi penalizado e nem a data que as empresas deixarão de comercializar o produto – informações que somente são esclarecidas dentro da matéria principal.

Apesar de terem sido notificadas – sem aviso prévio – sobre a decisão, todas as operadoras se manifestaram e o jornal cumpriu seu papel ao promover a simultaneidade de contextos argumentativos, apresentando, portanto, a fala de cada uma das empresas na mesma matéria.

Contudo, ainda que tenha divulgado tais conteúdos discursivos ao leitor, a mesma edição do jornal também publica uma extensa matéria com o título: “Proibida de vender chip em 18 Estados, TIM é a mais punida”. De fato, a operadora foi realmente a empresa mais penalizada, inclusive a reportagem apresenta uma retranca lembrando outras proibições que a TIM já havia sofrido anteriormente pela agência reguladora – no entanto, não seria este um exemplo de como os media deslegitimam a voz de certos autores à medida que favorecem e advogam em benefício de outros? Vale lembrar que o jornal utilizou este recurso em outras matérias sobre o tema ao longo dos dias. Algumas vezes apresentava notas das empresas Claro e TIM, outras vezes apenas da TIM e Oi e assim consequentemente.

Aqui cabe reforçar outro ponto que vai de encontro com a fala de Rousiley Maia: ainda nesta mesma edição e na mesma matéria, o jornal apresenta a opinião de Flávia Lefèvre Guimarães, fonte que faz parte atualmente do Conselho da Pró-Teste (associação de defesa do consumidor), mas que também já fez parte do Conselho Consultivo da Anatel, a qual ela levanta uma questão que se pode caracterizar com um modo

de exercer o conceito de esfera pública, defendido por Habermas em *Direito e Democracia*.

Apenas pelo título do texto opinativo “Anatel vai apagar incêndio que poderia ter sido evitado”, já se nota a capacidade do jornal em atuar como agente capaz de conferir a visibilidade a eventos e discursos, permitindo uma integração de debates que se dão nesses espaços. A opinião de Flávia Lefèvre assim como de outras fontes, servirá – ao longo de várias matérias analisadas no período – como contraponto para reportagens investigativas sobre o assunto e que foram se desdobrando ao longo dos dias.

Em todo esse processo, os meios de comunicação desempenham um papel fundamental, ao dar visibilidade aos fenômenos sociais e ao prover informações em torno dos quais se estruturam esferas de discussão privada e pública. Os media estabelecem plataformas que permitem a diferentes atores (políticos, grupos de interesse, especialistas, porta-vozes de certas causas) apresentarem seus pontos de vista e defendê-los em público.

Do mesmo modo, foi possível observar certas confluências de informações e dados apurados. Na reportagem publicada no dia 19 de julho a Folha apresenta que a decisão da proibição das vendas partiu da Anatel, agência que regula o setor. Depois, no dia seguinte, 20 de julho, logo na capa do jornal a nota diz “[...] A atitude da Anatel segue orientação do governo para que os órgãos sejam mais severos”.

É comparando essas pequenas ambiguidades que se começa a notar o que está por trás da decisão da paralisação das vendas, que, no entanto, só fica mais clara sete dias depois, em matéria de capa do jornal com a seguinte manchete: “Após punir teles, governo mira as montadoras”. E é de fato esclarecida na matéria publicada no dia 06 de agosto a qual apresenta o seguinte título “Anatel poderia ser multada se não punisse operadoras”.

Entendida como um jogo de equilíbrio instável, envolvendo diversas forças – além de questões éticas, morais, negociações pragmáticas e barganhas – esta dinâmica dos media pode tanto promover a ampliação do debate, generalizando as temáticas em público, como pode também aumentar a audiência e a estratégia de diversos atores no jogo político que estão fora da cena midiática.

Determinadas questões sociais, ainda que de difícil dramatização, encontram um alto grau de preocupação junto à população, o que contribui para que os atores cívicos sejam bem sucedidos ao trazer novas questões para a agenda política.

Considerações finais

De modo geral a Folha de S.Paulo apresentou condições para gerar opinião pública, trouxe informações novas a cada matéria publicada e permitiu que o Governo e a própria Anatel voltassem atrás do prazo que haviam estipulado – as operadoras tinham prazo de 30 dias para apresentar planos de melhorias – em onze dias para voltar às vendas.

É importante, no entanto, destacar que esta esfera pública criada pela vontade coletiva originária do consenso das razões em público, defendida por Habermas, não é o exemplo observado nas matérias da Folha de S.Paulo. De acordo com a análise das matérias publicadas no período, é mais fácil relacionar as reportagens com o antigo conceito de Habermas (1992, p. 437) o qual acreditava que se os meios de comunicação respondem sim à lógica de capital e mercado, que se caracteriza somente como uma projeção dos interesses particulares sob o disfarce do interesse de todos.

Como exemplo, temos a comparação das matérias publicadas no dia 02 e 03 de agosto respectivamente: “Dia dos Pais intensifica a pressão para liberar chips”, que, segundo apuração feita pelo jornal a intenção é de cumprir o prazo fixado pelo então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo e “Teles

suspensas voltam hoje a vender chip” com fala já do presidente da Anatel, João Rezende, afirmando que a agência vai trabalhar diariamente para acompanhar as melhorias.

Concluindo, apesar de todas as informações relevantes levantadas pela *Folha de S.Paulo*, que auxiliaram na viabilização do debate - tais como: o leilão do 4G; o aumento do número de clientes por antena instalada; a situação crítica da TIM, tanto na área de atendimento como no aspecto operacional; a burocratização da Anatel; os critérios técnicos utilizados pela agência reguladora que culminaram a paralisação das vendas; o plano das empresas de telecomunicações para a Copa e Olimpíadas e a questão do novo dígito no DDD 11 (tema este que foi divulgado cerca de dez dias após a paralisação das vendas e que abriu margem para se pensar numa estratégia de pauta da própria Anatel com intuito de mudar o foco das matérias) – ainda assim, os grupos subordinados despendem de um grande esforço para se expressar em esferas privadas e públicas não ganharam muito espaço.

Em algumas reportagens se observou consumidores reclamando de falta de sinal, desrespeito, mas a questão em si de como combater algumas discriminações e outras injustiças, não foi explorada profundamente nas reportagens e nos textos complementares opinativos.

A busca por reconhecimento e justiça social é uma empreitada necessariamente pública. De acordo com Rousiley Maia (2008, p. 219), outros grupos e cidadãos precisam cooperar, concedendo apoio mútuo e assegurando compromissos éticos. A comunidade democrática e o Estado constitucional não podem reconhecer todas as demandas de grupos como legítimas, já que muitas delas causam prejuízos e danos para outros cidadãos ou grupos, são moralmente repugnantes ou injustas. Nesse sentido, há uma concordância com a autora: a conversação cotidiana e as discussões nos fóruns informais da sociedade civil e a comunicação massiva são fundamentais para

mobilizar e articular questões relevantes e a informação necessária e, especificar interpretações para processar o ‘bem comum’.

Referências

ALTHEMAN, Francine. Esfera Pública Midiática: o papel dos media na construção do debate. In: GOTTLIEB, Liana (Org.). Coleção **Comunicação em Cena**. v.1. São Paulo: Scortecci, 2012, p. 267-271.

ARAGÃO, Marianna e FERNANDES, Thiago. Nono dígito provocará instabilidade, diz Anatel. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 jul.2012. Seção Mercado, p. B4.

AUTRAN, Maria Paula e WIZIACK, Julio. Excesso de linhas por antena prejudica qualidade do serviço. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 29 jul.2012. Seção Mercado, p. B3.

BORBA, Julia. Dia dos pais intensifica a pressão para liberar chips. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 02 ago.2012. Seção Mercado, p. B10.

BORBA, Julia. Teles suspensas voltam hoje a vender chip. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 03 ago.2012. Seção Mercado, p. B1.

BORBA, Julia e MATAIS, Andreza. Anatel suspende vendas de TIM, Oi e Claro. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 19 jul.2012. Seção Mercado, p. B1.

BORBA, Julia e MATAIS, Andreza. Disputa com teles mostra poder de ministro sobre a agência. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 jul.2012. Seção Mercado, p. B4.

CARAZZAI, Estelita H. TIM derruba sinal de propósito, diz Anatel. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 07 ago.2012. Seção Mercado, p. B1.

CRUZ, Valdo e MATOS, Kelly. Tele punida terá de propor plano para Copa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 25 jul.2012. Seção Mercado, p. B1.

CRUZ, Valdo e NERY, Natuza. Dilma fala em suspender IPI menor de carro. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 27 jul.2012. Seção Mercado, p. B1.

GOMES, Helton S. Instalação de novas antenas de celular demora até 5 anos. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 jul.2012. Seção Mercado, p. B4.

GOMES, Wilson e MAIA, Rousiley C.M. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a.

HABERMAS, Jurgen. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. v. 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003b.

MAIA, Rousiley C.M. Esfera pública e os media na trajetória de pensamento de Jurgen Habermas. In: MARQUES, Ângela et al. **Esfera pública**: redes e jornalismo. Rio de Janeiro: E-papers, 2009, p. 48-69.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009

MÍDIA, espetáculo e poder simbólico

BORBA, J; MATAIS, A.; NERY, N.; WIZIACK, J. Proibida de vender chip em 18 Estados, TIM é a mais punida. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 19 jul.2012. Seção Mercado, p. B4

MARTINO, Luís M.S. **Mídia e poder simbólico**: um ensaio sobre comunicação e campo religioso. São Paulo: Paulus, 2003.

MATAIS, A.; BORBA, J. Dilma pede à Anatel linha dura com as teles. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 20 jul.2012. Seção Mercado, p. B1.

M.P.A.; J.W. Anatel poderia ser multada se não punisse operadoras. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 06 ago.2012. Seção Mercado, p. B3



TRÊS ASPECTOS DA TEORIA DA COMUNICAÇÃO DE VILÉM FLUSSER

Artur Almeida

O pensamento de Flusser parece representar possibilidade de mergulho profundo na análise de questões vinculadas à comunicação humana, englobando objetos relativos ao processo de comunicação, os aparatos da comunicação, a mídia, a imagem. Tem foco nos códigos envolvidos nos processos comunicacionais, chega a assim determinar: “Onde quer que se descubram códigos, pode-se deduzir algo sobre a humanidade” (Flusser, 2007, p. 130). A sua denominada “comunicologia”, ao tratar dos meios de comunicação e das mediações, considera direcionamento estabelecido de forma histórica, cultural e tecnológica (Hanke, 2009, p. 75).

Em Flusser, podemos constatar que a resposta que poderia ser dada à pergunta “o que é comunicação?” se enquadra dentro de contexto que privilegia a distinção entre comunicação dialógica e comunicação discursiva, fundada em parâmetros que passa pela produção, armazenamento e compartilhamento de informações.

Por outro lado, a abordagem original sobre comunicação discursiva e comunicação dialógica, a distinção estabelecida entre o discurso e o diálogo que se observa em Flusser, parece



se constituir em questão a merecer atenção e a justificar interesse de análise em reflexão que considera posturas humanas manifestadas no universo das tecnologias midiáticas digitais, a determinar na atualidade a formação de redes sociais conectadas.

Na dimensão da filosofia de Flusser, diante da possibilidade de sua adequação aos nossos dias, talvez seja mesmo necessário, então, dedicar foco ao que ele sustenta, a saber:

Nunca antes na história a comunicação foi tão boa e funcionou de forma tão extensiva e tão intensiva como hoje. O que as pessoas pensam é na dificuldade de produzir diálogos efetivos. Isto é, de trocar informações com o objetivo de adquirir novas informações. E essa dificuldade deve ser conduzida diretamente ao funcionamento hoje em dia tão perfeito da comunicação, a saber, deve ser dirigida para a onipresença dos discursos predominantes, que tornam todo diálogo impossível e ao mesmo tempo desnecessário (Flusser, 2007, p. 98).

Na extensão de uma reflexão que engloba considerar diálogo e discurso implicados um no outro, ressaltando uma importante diferença presente na noção de comunicação, avança, então, Flusser, para enfrentar e justificar, a título de exemplo, a tão “conhecida queixa de que ‘não se pode mais comunicar’” (Flusser, 2007, p. 98).

O mundo codificado

Avança Flusser, no caminho que parece fortalecer o sentido da comunicação estabelecido não como um conceito abstrato e sim como compreensão das coisas que estão acontecendo. Considerando caráter humanístico da comunicação, sustenta que processos comunicacionais ocorrem no reino da cultura, no campo das relações, onde cada parte depende da outra, com processos que buscam dar significação à vida.

Ressalta, então, Flusser:

Pode-se afirmar, na verdade, que a comunicação só pode atingir seu objetivo, a saber, superar a solidão e dar significado à vida, quando há um equilíbrio entre discurso e diálogo. Como hoje predomina o discurso, os homens sentem-se solitários, apesar da permanente ligação com as chamadas “fontes de informação”. E quando os diálogos provincianos predominam sobre o discurso, como acontecia antes da revolução da comunicação, os homens sentem-se sozinhos, apesar do diálogo, porque se sentem extirpados da história (Flusser, 2007, p. 98).

Flusser ao assim proceder parece querer deixar claro que “toda estrutura social pode ser encarada como engrenagem de diálogos e discursos” (Flusser, 2008, p. 88). Faz referência a equilíbrio, consciente de uma utopia. Chega a afirmar, quando cita a engrenagem de diálogos e discursos, que “o equilíbrio entre os dois é utopia” (Flusser, 2008, p. 88).

Assim pensa, mas demonstra otimismo. Pensa com e ideia de projeto, “um termo muito apreciado por Flusser” (Zielinski, 2011, p. 8) revelado na conformidade de que “para ele, ‘projeto’ era o conceito contrário ao do sujeito clássico da modernidade. Projetar o mundo significa criá-lo novo ou ao menos diferente, ‘projetá-lo’ na acepção direta (arquitetônica) do termo” (Zielinski, 2011, p. 8). Maravilhoso parece ser mesmo termos consciência da necessidade de pensar em criar um mundo novo ou ao menos diferente.

O caráter humanístico da comunicação em Flusser é assegurado ainda na abrangência reservada para tal fenômeno como pertencente ao contexto das disciplinas das humanidades, aquelas “relacionadas com os aspectos não naturais do homem, que já foram conhecidas como ‘ciências do espírito’ (Geisteswissenschaften)” (Flusser, 2007b, p. 89).

Aponta Flusser, assim, com sua filosofia, que “os homens comunicam-se uns com os outros de uma maneira ‘não natural’: na fala não são produzidos sons naturais, como, por exemplo, no canto dos pássaros, e a escrita não é um gesto natural como a dança das abelhas” (Flusser, 2007, p. 89). Longe de condicionamento ou de determinismo biológico, comum aos demais seres vivos, na comunicação se configura a específica condição humana.

Em decorrência da afirmada condição artificial da comunicação humana, em Flusser há ideia de um universo de códigos, de um mundo codificado. O homem exerce a sua capacidade de criar o novo tendo em mente a força do significado das suas representações.

Somos conduzidos a enfrentar, então, a questão que determina um caráter de disciplina interpretativa da teoria da comunicação. Na realidade, em Flusser, a comunicação não pode ser apenas explicada, ela tem que criar significados. “A comunicação humana será abordada como um fenômeno significativo e a ser interpretado” (Flusser, 2007, p. 92).

Aliás, Flusser adotou o critério de pensar que consagra o contexto de metodologia fenomenológica, que considera o observar. Observar o que ocorre no mundo, onde cada um de nós constrói uma parte do conhecimento. Considera, então, as “relações entre ‘observadores’, isto é, entre sujeitos” (Flusser, 2001, p. 155). A concepção de que realidade se constitui numa maneira de perceber o mundo é destacada a partir da seguinte imagem: “a realidade, este conjunto de dados brutos, está lá, dada e brutal, próxima do intelecto, mas inatingível. Este, o intelecto, dispõe de uma coleção de óculos, das diversas línguas, para observá-la. Toda vez que troca de óculos, a realidade ‘parece ser’ diferente” (Flusser, 2004, p. 52-53).

O caráter artificial da comunicação humana, “que nem sempre é totalmente consciente”, é, em Flusser, um processo desencadeado por meio de “artifícios, descobertas, ferramen-

Três aspectos da Teoria da Comunicação de Vilém Flusser

tas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos” (Flusser, 2007, p. 89).

Ao estabelecer proeminência de forma de comunicação não “natural” ele nos conduz para a ideia de um mundo codificado que represa informações adquiridas a partir de símbolos ordenados, e que afirma “um tecido artificial que esconde uma natureza sem significado, sem sentido, por ele representada” (Flusser, 2007, p. 90).

No campo do agir humano, o objetivo da comunicação, com seu caráter artificial, em Flusser, representa um esforço para esquecimento de um mundo da “natureza” que condena o homem a um insignificante contexto de solidão e morte, ou seja, que nos leva a:

Fazer esquecer-se desse mundo em que ocupamos uma cela solitária e em que somos condenados à morte – o mundo da ‘natureza’[...] Em suma, o homem se comunica com os outros. Ele é um ‘animal político’, não porque ele é um animal social, mas porque ele é um animal solitário, incapaz de viver na solidão (Flusser, 2007, p. 90-91).

A fortalecer o entendimento da condição artificial da comunicação humana, indica Flusser o que caracterizaria uma “segunda natureza” do homem, aquela que corresponde a um sentido de construção de um mundo cheio de significados, diferente da biológica “primeira natureza”, a qual, “sem sentido, sem significado”, condena o homem simplesmente à solidão e à morte. Assim, “a comunicação humana é um artifício cuja intenção é nos fazer esquecer a brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte” (Flusser, 2007, p. 90).

E neste processo que envolve questionamento e negação da possibilidade de se viver com esse conhecimento da solidão fundamental e sem sentido, sustenta Flusser que a “comunicação humana tece o véu do mundo codificado, o véu da

arte, da ciência, da filosofia, da religião, ao redor de nós, e o tece com pontos cada vez mais apertados, para que esqueçamos nossa própria solidão e nossa morte, e também a morte daqueles que amamos” (Flusser, 2007, p. 91).

A comunicação humana para Flusser é “um processo que corre contra a tendência da natureza à entropia” (Flusser, 2007, p. 94). Ou seja, para Flusser reforçado fica sentido de que a comunicação humana é artificial, decisivamente neguentropica, uma vez que ao contrário dos fenômenos naturais, os seres humanos com ela conseguem desenvolver uma forma de reverter a situação que os físicos denominam de entropia, caracterizado por processo de perda de calor e a degradação dos sistemas (Menezes, 2011, p. 54);

Salienta Flusser, que “o homem não é o único epiciclo¹ negativamente entrópico, na linha geral da natureza rumo à entropia, mas ele parece ser o único capaz de produzir informações com o propósito deliberado de se opor à entropia” (Flusser, 2011, p. 68).

Passamos a admitir, então, o contexto de que “quanto mais improvável, mais informativo” (Flusser, 2010, p. 27) se constitui o ambiente. Seguindo a tendência neguentrópica, a comunicação humana “deve ser interpretada subjetivamente” (Flusser, 2007, p. 96). Ao se tentar interpretar em vez de explicar, quando tratado o acúmulo de informações que caracteriza a comunicação humana como contranatural, afetado fica, estatisticamente, o pensar no provável que é próprio do contexto

¹ “A palavra ‘epiciclo’ comparece muitas vezes na obra de Flusser. Ele chama de volta a metáfora... espiral e do círculo. [...] No lugar da linha reta que Flusser associa a uma perspectiva altamente problemática da história, como a do crescimento contínuo e do progresso linear ininterrupto – ou, para usar termo já mencionado, como o desenvolvimento de um pensamento voraz e agressivo que conquista e assimila realidade –, o círculo e a espiral representam perspectiva obviamente cíclica e baseada na repetição e na diferença, a qual corresponde, na obra do filósofo, ao termo ‘reflexão’, implicando movimento auto-crítico que se dá para trás e não para a frente”(Guldin; Rainer; In: Bernardo, Gustavo et al. 2008, p. 84).

da entropia e passamos a ter em mente um processo improvável, embora possível, mas como um propósito humano, que não se manifesta pelo acaso e da necessidade, mas da liberdade (Flusser, 2007, p. 94).

Para Flusser, então, “‘informação’ é a imagem refletida da ‘entropia’, ela é a inversão da tendência de todos os objetos (do mundo objetivo, em geral) incorrerem em situações cada vez mais prováveis e, por último, em uma situação disforme e o mais provável possível” (Flusser, 2010, p. 27). Portanto, “Pode-se dizer do gesto de informar que o objetivo de um sujeito se expressa ao negar a tendência objetiva para a entropia” (Flusser, 2010, p. 27).

Flusser, enfim, ressalta a capacidade de armazenamento de informações de códigos elaborados humanamente contra a entropia. Distingue a “explicação” dessa capacidade de sua “interpretação”. Consagra o caráter de disciplina interpretativa da teoria da comunicação, ou seja, de “mostrar o que ela significa”. Acentua um ponto de vista humanístico. Aborda a comunicação humana como um fenômeno significativo e a ser interpretado capaz de mostrar aspectos diversos se submetido à análise em torno do humanizar e do naturalizar. Assegura, então, a expressão da liberdade humana. Trata a comunicação humana “como um fenômeno da liberdade” (Flusser, 2007, p. 96).

Indica Flusser (2007), que “o homem é um animal não natural”, e um animal social na medida em que aprende “a se servir dos instrumentos de comunicação”. Se assim não procede ele se caracteriza “como um idiota (na origem da palavra, uma pessoa privada, *Privatperson*)”. E complementa: “A idiotia, o ser-homem imperfeito, é falta de arte” (Flusser, 2007, p. 89).

Caminha, Flusser, caracterizando a comunicação humana como processo artificial, no qual os indivíduos comunicam-se uns com os outros, influenciados pelos “artifícios, descobertas, ferramentas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos” (Flusser, 2007, p. 89), ou seja, “influencia-

dos pela cultura” (Flusser, 2007, p. 90). O homem é afirmado como ser “capaz de transmitir e guardar informações não apenas *herdadas*, mas *adquiridas*. Podemos chamar tal capacidade especificamente humana: *espírito* e seu resultado, *cultura*” (Flusser, 2011, p. 68), conclui Flusser. Cultura e comunicação manifestam-se em contexto sistêmico de interdependência. “O chão que pisamos”, como diz Flusser (1983, p. 12), a cultura que se constrói mediante a comunicação.

No que tange ainda à ênfase que se observa em Flusser em termos do considerar a comunicação humana como negativamente entrópica, em ser ela “inatural, contranatural”, tal condição se afirma por ela se propor a armazenar informações (Flusser, 2007, p. 93). “Pode-se afirmar que a transmissão de informações adquiridas de geração em geração seja um aspecto essencial da comunicação humana, e é isso sobretudo que caracteriza o homem: ele é um animal que encontrou truques para acumular informações adquiridas” (Flusser, 2007, p. 93).

Ao elaborar posicionamento fundado em torno de abordagem que passa por contexto de produção e armazenamento de informações, das represadas informações adquiridas num mundo codificado ou num mundo construído, é bom repetir, a partir de símbolos ordenados, “com produção intencional de códigos” (Flusser, 2007, p. 93), apresenta Flusser uma questão crucial: “como os homens decidem produzir informações e como elas devem ser preservadas?” (Flusser, 2007, p. 96).

De forma didática oferece, então, a resposta que chega à importante e decisiva distinção já comentada entre comunicação discursiva e comunicação dialógica.

A tensão entre discurso e diálogo

O “filósofo mostra a importante diferença entre participar de um discurso e participar de um diálogo” (Menezes, 2010, p. 28), e isto é salientado levando em consideração um dos desafios da contemporaneidade que é justamente, a “dificuldade de

Três aspectos da Teoria da Comunicação de Vilém Flusser

produzir diálogos efetivos, isto é, de trocar informações com o objetivo de adquirir novas informações” (Flusser, 2007, p. 98).

No que se refere ao contexto de significação do diálogo, quando considerado as relações humanas, o enaltecimento da condição humana, parece mesmo ser de suma importância, principalmente diante do que ocorre nos nossos dias, atentar para o que nos brinda Flusser com o seu esforço criativo, na seguinte conformidade:

O diálogo é, pois, uma situação relativamente rara, e por isto, preciosa. Surge apenas quando dois sistemas diferentes, mas semelhantes, se abrem mutuamente, e quanto têm amplidão comparável. E cessa quando a troca de informação tiver assimilado os sistemas um ao outro. Enquanto dura, sentenças parcialmente redundantes e parcialmente ruidosas são transformadas em informação pelo receptor, cujo repertório e cuja estrutura ficam por isto enriquecidos. E provocam, no receptor, outras sentenças que são emitidas para enriquecer o parceiro. Este jogo é o único no qual ambos os jogadores saem ganhando enquanto dura (Flusser, 1998, p. 101).

A original distinção entre diálogo e discurso estabelecida na teoria da comunicação de Flusser, entre duas formas de comunicação – a discursiva e a dialógica –, ressalta um sistema de estruturas da comunicação em condição que passa pelo seguinte âmbito: “(a) nenhuma das duas formas de comunicação pode existir sem a outra; (b) a diferença entre as duas formas é uma questão de ‘distancia’ da observação”. (Flusser, 2007, p. 97).

A produção de um diálogo, então, pressupõe a disponibilidade de informações colhidas pelos participantes em razão de discursos anteriores. Por outro lado, para que o discurso aconteça, torna-se necessário que aquele que o profere, o emissor, tenha que dispor de informações produzidas em diálogo

anterior. Declarada fica, assim, a total falta de determinação de precedência entre o diálogo e o discurso. Em termos de diferença que se estabelece com a observação, cada diálogo pode se caracterizar como discursos voltados para a troca e cada discurso como parte de um diálogo (Flusser, 2007, p. 97).

Num mundo onde as portas da comunicação estão tão escancaradas, seguindo o que expressa Flusser (2007), “na forma tão extensiva e tão intensiva” como hoje ela funciona, é impressionante podermos ainda constatar a dificuldade de produção de autênticos diálogos, de se trocar “informações com o objetivo de adquirir novas informações”.

Há predominância, então, do discurso. E é conveniente, assim, repetir o que conclui Flusser: “Pode-se afirmar, na verdade, que a comunicação só pode alcançar seu objetivo, a saber, superar a solidão e dar significado à vida, quando há um equilíbrio entre discurso e diálogo” (Flusser, 2007, p. 98). A falta de tal equilíbrio torna “todo diálogo impossível e ao mesmo tempo desnecessário”, alerta Flusser (2007).

A condição humana é reflexão presente de forma extensiva no pensamento de Flusser. Ele pensa a comunicação humana sob um caráter existencial. Pelo filosófico viés de um alcance de objetivo que passa pela ideia do ser humano “superar a solidão e dar significado à vida”. Chega a sustentar expressamente que é possível “tentar compreender a atmosfera existencial que diferencia a participação no diálogo da participação no discurso, graças à crítica histórica, ao mesmo tempo estética, política e epistemológica” (Flusser, 2007, p. 99).

Neste contexto que visa a compreensão de aspectos da comunicação humana, que tenta enveredar pela “busca das raízes dos processos de comunicação e nos estudos dos complexos sistemas digitais que marcam a contemporaneidade” (Chiachiri et al. 2012, p. 24), é conveniente ressaltar o propósito de oferecimento de abordagem que privilegia base cultural e antropológica.

A escalada da abstração

Flusser no seu livro *Filosofia da Caixa Preta* (2011), apresenta um glossário em que é possível distinguir os períodos históricos que determinam a sua análise sobre o desenvolvimento dos meios de comunicação e seu papel decisivo na comunicação humana, e que contextualiza a sua concepção de “escalada da abstração”.

O uso de objetos de suportes na escalada da abstração caracteriza a forma bidimensional da comunicação. Surge a imagem. “Milhões de anos se passaram até que tivéssemos aprendido a olhar primeiro e manipular em seguida, a fazer imagens que servissem de modelos para uma ação subsequente (Flusser, 2008, p. 16). Configura-se ideia de fixação da visão da circunstância: “os olhos percebem as superfícies dos volumes. As imagens abstraem, portanto, a profundidade da circunstância e a fixam em planos, transformam a circunstância em cena. A visão é o segundo gesto a abstrair (abstrai a profundidade da circunstância)” (Idem). Com isto, ressalta, então, Flusser (Idem), o homem se transforma e se torna um ente que age conforme projeto, se transforma em *homo sapiens*.

Ao ser considerada que comporta ambiguidade a “mediação entre homem e circunstância palpável, propósito das imagens” (Flusser, 2008, p. 16), uma vez ser possível admitir, “que as imagens podem substituir-se pela circunstância a ser por elas representada, podem tornar-se opacas e vedar o acesso ao mundo palpável” (Idem), novo avanço ocorre na escalada da abstração. Inaugura-se o mundo da escrita, da comunicação unidimensional, do traço e da linha. O homem aprende a tornar transparentes as imagens, a explicá-las, alinhá-las e contá-las (nos dois sentidos do termo) (Idem). Desenvolve “as cenas em processos, vale dizer, a escrever textos e a ‘conceber o imaginado’” (Idem). Assim, “a conceituação é o terceiro gesto abstraidor (abstrai a largura da superfície); graças a ele o homem transforma a si próprio em homem histórico, em ator que concebe o imaginado” (Id, p. 17).

Com avanços tecnológicos, chega-se ao universo das imagens técnicas e que caracteriza o grau nulodimensional da comunicação na escalada da abstração. Flusser (2008, p. 17) o caracteriza a partir do universo mediado pelos textos, que é contável e ordenado conforme os seus “fios”. O texto científico é aí considerado. Por falta de confiança nas convenções que ordenam os fios dos textos, quebra-se a sua “linearidade lógico-matemática”. Estrutura-se forma fundada em amontoados de partículas, de *quanta*, de *bits*, de pontos zero-dimensionais. Tais pontos não são manipuláveis (não são acessíveis às mãos), nem imagináveis (não são acessíveis aos olhos) e nem concebíveis (não são acessíveis aos dedos). Mas são calculáveis, tateáveis pelas pontas de dedos munidas de teclas. Podem ser agrupados, computados. O cálculo e a computação, então, são o quarto gesto abstraidor (abstrai o comprimento da linha), o homem, assim, transforma a si próprio em jogador que calcula e computa o concebido.

Enfim, em termos mais conciso, direto e com outros elementos exemplificativos, na “escalada da abstração” de Flusser um primeiro grau de abstração se observa num contexto de espaço-tempo tridimensional, em que nasce a cultura, em que se privilegia o corpo na comunicação e a utilização de ferramentas feitas de pedras e osso. Num estágio posterior, no encontro de um espaço-tempo bidimensional, o homem avança por meio de abstração de objetos e da gravação em superfícies – por exemplo, em paredes e grutas-, aprende a fazer imagens. O próximo passo na sua escalada de abstração avança para o unidimensional, para o linear, transformando cenas imagéticas em processos, em linhas que representam o mundo. Finalmente, chega-se ao grau de abstração nulodimensional das imagens técnicas (Hanke, 2009).

Considerações finais

Ao considerar contexto histórico de meios de comunicação, há evidências de que a “filosofia flusseriana tem um cunho antropológico” (Hanke, 2009, p. 76). A condição humana na conformidade como inserida no seu pensamento parece mesmo encaminhar para uma necessária busca de sentido pelo que está a ocorrer opondo resistência a uma ordem determinista do mundo, à mera ideia de progresso linear, de progresso técnico inexorável, quase natural.

Incorporado o contexto de complexidade, diante da prática social da comunicação em um ambiente midiático, em sentido que abarca análise da comunicação como experiência cultural, e que reafirma a importância da conectividade entre comunicação, sociedade e cultura, parece ser mesmo interessante não esquecer o contexto histórico.

Flusser, como já observado, quando busca melhor esclarecer a distinção entre comunicação discursiva e comunicação dialógica, chega a fazer referência a diálogos provincianos que prevaleciam antes da revolução da comunicação e que não eram capazes de promover o objetivo da comunicação, uma vez presente o sentido redutor de primazia do diálogo sobre o discurso, quando necessário é o equilíbrio entre eles. Na atual revolução da comunicação, como salientado, prevalecem discursos.

Com o contexto histórico e pensando no tecer as tramas do futuro, convém ressaltar que deixa transparecer Flusser, que a comunicação humana sempre depende da mídia - o homem “precisa ‘mediar’ (*vermitteln*), precisa dar um sentido ao mundo”- (Flusser, 2007, p. 130), e, assim, busca decifrar os códigos de materialidade disseminados sobre os seus aparatos.

Ao observar o quadro de falta do equilíbrio tão necessário à comunicação humana, que é capaz de decompor o tecido social, parece ser conveniente melhor analisar o contexto em que se apresenta o pensamento de Flusser no que concerne aos abalos nos métodos pelos quais os processos comunicati-

vos se estabelecem, principalmente quando considerado o âmbito de produção e armazenamento de informações.

A vida humana na contemporaneidade parece mesmo ser foco da filosofia flusseriana. Uma contemporaneidade marcada pela centralidade da comunicação que se configura na preponderância dos meios de comunicação e de imagens técnicas, como definidas por Flusser as imagens produzidas por aparatos tecnológicos.

Referências

ARAÚJO, M. A. A. Ecologia flusseriana da comunicação: ideias e conceitos chave. **Intercom – RBCC**, v. 35, n. 2, jul./dez. 2012, p.373-396.

BAITELLO Jr, N. **A era da iconofagia**. Ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BAUER, T.; BAITELLO Jr, N. Vilém Flusser e a Terceira Catástrofe do Homem: ou as dores do espaço, a fotografia e o vento. **Flusser Studies** 03, 2005. Disponível em: <<http://www.flusserstudies.net/pag/03/terceira-catastrofe-homem.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2013.

BERNARDO, G.; FINGER, A.; GUDIN, R. **Vilém Flusser: uma introdução**. São Paulo: Annablume, 2008.

CHIACHIRI Filho, A. R. et al. (Orgs.). Eixos investigativos da linha de pesquisa “Processos midiáticos: tecnologia e mercado”. **Líbero**. São Paulo, v. 15, n. 30, jul./dez. 2012, p. 19-30.

FELINTO, Erick; SANTAELLA, Lúcia. **O explorador de abismo**. São Paulo: Paulus, 2012

FLUSSER, Vilém. **Pós-história**. Vinte instantâneos e um modo de usar. São Paulo: Duas Cidades, 1983.

FLUSSER, Vilém. **A dúvida**. Rio de Janeiro: Relume Dumara, 1999.

FLUSSER, Vilém.; STROHL, A. (Org.). **Writings**. Minnesota: University Minnesota Press, 2002.

FLUSSER, Vilém. **Língua e realidade**. São Paulo, Ed. Annablume, 2004.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007a.

FLUSSER, Vilém. **Bodenlos**. Uma autobiografia filosófica. São Paulo: Annablume, 2007b.

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.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

HANKE, Michael. Vilém Flusser: a cultura dos media e mediações. In: CARAMELLA, Eliane et al., **Mídias**: multiplicações e convergências. São Paulo: Editora Senac, 2009.

HANKE, Michael. A Comunicologia segundo Vilém Flusser. **Galáxia**. São Paulo, n.7, abr. 2004, p. 59-72. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/galaxia/article/view/1396/1180>>. Acesso em: 12 mai. 2011.

HEILMAIR, Alex Florian. O conceito de imagem técnica na Comunicologia de Vilém Flusser. In: **CISC 20 anos**: comunicação, cultura e mídia.

BORNHAUSEN, Diogo A.; MIKLOS, Jorge; SILVA, Maurício Ribeiro da (Orgs.). São Paulo: Bluecom Comunicação, 2012. Disponível em: <http://cisc.org.br/portal/biblioteca/CISC_20_anos-Comunicacao_Cultura_e_Midia.pdf>. Acesso em: 15 set. 2013.

MENEZES, José Eugênio de O. Comunicação, espaço e tempo: Vilém Flusser e os processos de vinculação. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, v. 6 n.15, mar. 2009, p. 165-182.

MENEZES, José Eugênio de O. Para ler Vilém Flusser. **Líbero**. v.13,n. 25, jun. São Paulo, 2010.

MENEZES, José Eugênio de O. Comunicação dialógica e comunicação discursiva em Vilém Flusser. In: COSTA, Murilo Jardelino da (Org.). **A Festa da língua: Vilém Flusser**. São Paulo: Memorial, 2011.



ZIELINSKI, Siegfried. Ser offline e existir online. Entrevista concedida a Márcia Junges e Thamiris Magalhães. IHU-Online. n. 375, Ano XI, out. 2011, p. 8-11. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?id=4105&option=com_content&secao=375&view=article>. Acesso em: 16 ago. 2012.





BIOGRAFIA DOS AUTORES

Ângela Marques – Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), com estágio pós-doutoral junto ao Groupe de Recherche sur les Enejeux de la Communication (Gresec), da Université Stendhal. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Organizou e traduziu os textos que integram a obra *A deliberação pública e suas dimensões sociais, políticas e comunicativas* (Autêntica, 2009). É co-organizadora, junto com a Profa. Heloíza Matos (ECA-USP) do livro *Comunicação e Política: capital social, reconhecimento e deliberação pública* (Summus, 2011). Integra o grupo de pesquisa “Teorias e processos da comunicação” na Faculdade Cásper Líbero.

Artur Renato Brito de Almeida – Formado em Administração de Empresas e Direito pela Universidade Católica do Salvador, possui especialização Lato Sensu em Política Internacional, com ênfase em Relações Internacionais pela Escola de Sociologia e Política de São Paulo. Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, onde integra o grupo de pesquisa em “Teorias e processos da comunicação”.









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.

Deysi Cioccarì – Doutoranda em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). Membro da Academia de Letras dos Municípios do Rio Grande do Sul e do grupo de pesquisa “Comunicação e sociedade do espetáculo”. Prestou assessoria de imprensa na disputa eleitoral para o governo do Estado do Rio Grande do Sul (2006) e Presidência da República (2010) pelo PSDB. Foi assessora de imprensa na Câmara dos Deputados em Brasília, no partido Democratas. Site: cioccari.com.

Emerson Ike – Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, na qual é membro do grupo de pesquisa “Comunicação e sociedade do espetáculo”. Mestre em Filosofia e Teoria Geral do Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP). Graduado em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Especialista em Teoria e Técnicas da Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Foi professor de Linguagem Jurídica na Faculdade de Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Ethel Shiraishi Pereira – Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Iniciou sua carreira no setor automobilístico e, desde então, presta serviços para importantes empresas e entidades da classe. Atualmente é conselheira suplente do Conferp – Conselho Federal de Relações Públicas,









professora de Relações Públicas e membro do grupo de pesquisa “Comunicação na sociedade do espetáculo” da Cásper Líbero. Também atua como docente na graduação e na pós-graduação da FAAP e do Centro Universitário Belas Artes.

Jaime Carlos Patias – Licenciado em Filosofia pela PUC/PR, bacharel em Teologia pela Universidade de Lovaina, Bélgica, e mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Secretário Nacional da Pontifícia União Missionária e assessor de comunicação das Pontifícias Obras Missionárias (POM), em Brasília/DF. Religioso do Instituto Missões Consolata e membro da equipe de redação da revista e do site Missões. Membro do grupo de pesquisa “Comunicação na sociedade do espetáculo”, autor de vários artigos e coautor do livro *Comunicação e Sociedade do Espetáculo*, (Paulus, 2006). Dedicase ao acompanhamento e estudo de movimentos sociais, comunicação e política.

Luciano Martins Costa – Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, faz parte do grupo de pesquisa “Teorias e processos de comunicação”. É autor do ensaio “O Mal-Estar na Comunicação”, tem artigo publicado na revista *CoMtempo* e publica regularmente na Revista *Unesp Ciência*. Desenvolveu o curso Gestão de Mídias Digitais para o Programa de Educação Continuada da FGV – nível de especialização – em 2011.

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).









Mara Ferreira Rovida – Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP, bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, membro do grupo de pesquisa “Comunicação e sociedade do espetáculo” e jornalista. É autora do artigo “Fragmentação ou segmentação social – Durkheim, Debord e o jornalismo segmentado”, publicado na revista *Estudos de Sociologia*, e co-autora do verbete “Anomia” que faz parte da *Enciclopédia Intercom de Comunicação*, entre outros.

Matheus Luiz Couto Alves – Graduando em publicidade pela UFMG e bolsista de iniciação científica do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Mídia e Cultura/COMCULT. E-mail: matheus.coutoalves@gmail.com.

Mayra Bernardes Medeiros de Carvalho – Graduanda em Comunicação Social, Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (2012) e Bolsista de Iniciação Científica da Fapemig. Produz trabalhos na área de Filosofia Política, cinema e feminismo, e sua monografia resultou em um dos capítulos deste livro, recebeu o prêmio Relevância Acadêmica na XXII UFMG Conhecimento e Cultura e foi apresentado no Seminário Teorias da Comunicação: articulações, aplicações e limites, da Faculdade Cásper Líbero.

Rachel de Russo Buzzoni – Pós-graduada em Comunicação Organizacional e Relações Públicas e mestranda em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. É formada em Jornalismo pelas Faculdades Integradas Rio Branco e locutora comercial formada pelo Senac. Integrante do grupo de pesquisas “Teorias e processos da comunicação”, da Faculdade Cásper Líbero. Possui dois artigos acadêmicos publicados (XVIII Intercom Sudeste – Bauru/SP, e 9º Interprogramas de







Mestrado, promovido pela Faculdade Cásper Líbero), além da participação no livro *Comunicação em cena* (Scortecchi, 2013), com capítulo sobre crises corporativas.

Simone Maria Rocha – Professora Acadêmica do Departamento e do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da UFMG e líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura em Televisualidades. Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ, com pós-doutorado em Comunicação pela UFMG.

Thaís de Auxílio – Especialista em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero e integrante do grupo de pesquisa “Teorias e processos da comunicação”. Sua principal área de pesquisa são os estudos de *fandom*, sobre o qual apresentou trabalhos no congresso nacional Intercom 2012 e em outros eventos pertinentes ao tema.





Editora In House

www.editorainhouse.com.br | inhouse@terra.com.br

Curta nossa página no Facebook: Editora In House

Fones: (11) 4607-8747 / 99903-7599

Visite nossa loja virtual: inhousestore.com.br

ESTE LIVRO FOI COMPOSTO EM
DUTCH801 RM BT E IMPRESSO EM PAPEL PÓLEN 80 GRAMAS
PARA A EDITORA IN HOUSE EM JULHO DE 2014.

