

eikon 08

**Journal on
Semiotics and Culture**

2020 / 2nd edition

Credits

eikon

journal on semiotics
and culture

Editors-in-Chief

Anabela Gradim
anabela.gradim@labcom.ubi.pt

Catarina G. Moura
cmoura@ubi.pt

Design

Catarina G. Moura
Sara Constante

Web Support

João Tavares

URL

www.eikon.ubi.pt

ISSN

2183-6426

DOI

10.25768/eikon



International Scientific Board

Anastasia Christodoulou Aristotle University of Thessaloniki, Grécia

Ana Oliveira Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Ana Catarina Pereira Universidade da Beira Interior, Portugal

Anabela Gradim Universidade da Beira Interior, Portugal

Ângela Nobre Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

António Fidalgo Universidade da Beira Interior, Portugal

António Machuco Rosa Universidade do Porto, Portugal

Arthur Asa Berger San Francisco State University, EUA

Catarina G. Moura Universidade da Beira Interior, Portugal

Catarina Rodrigues Universidade da Beira Interior, Portugal

Francisco Tiago Paiva Universidade da Beira Interior, Portugal

Göran Sonesson Lund University, Suécia

Heitor Rocha Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Herlander Elias Universidade da Beira Interior, Portugal

Hermenegildo Ferreira Borges Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Ivone Ferreira Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Jaime Nubiola Universidad de Navarra, Espanha

Jean-Marie Klinkenberg Université de Liège, Bélgica

João Carlos Correia Universidade da Beira Interior

José Bragança de Miranda Universidade Nova de Lisboa, Portugal

José Enrique Finol Universidad del Zulia, Venezuela

Kalevi Kull Tartu University, Estónia

Lúcia Santaella Braga Universidade de São Paulo, Brasil

Madalena Oliveira Portugal

Marcos Palácios Universidade Federal da Bahia, Brasil

Maria Augusta Babo Universidade Nova de Lisboa, Portugal

María del Valle Ledesma Universidad de Buenos Aires, Argentina

Maria Teresa Cruz Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Moisés Lemos Martins Universidade do Minho, Portugal

Morten Tønnessen Stavanger University, Noruega

Paolo Maria Fabbri IULM Milano / LUISS Roma, Itália

Paulo Serra Universidade da Beira Interior, Portugal

Rocco Mangieri Universidad de los Andes, Venezuela

Silvana Mota Ribeiro Universidade do Minho, Portugal

Tito Cardoso e Cunha Universidade da Beira Interior, Portugal

Tiziana Maria Migliore Università Iuav di Venezia, Itália

Vincent Colapietro Pennsylvania State University, EUA

Winfried Nöth Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Zara Pinto Coelho Universidade do Minho, Portugal

Presentation

eikon is an Open Access journal on Semiotics and Visual Culture edited with a continuous publishing flow, supporting both thematic and general calls for papers, that accepts articles written in Portuguese, English, Spanish and French. A call for reviewers is permanently open.

Receptive to a broad range of theoretical and methodological approaches, eikon welcomes original research articles in the field of semiotics, understood as the systematic study of signifiers, meanings, and its effects. This study can take up many forms and objects: the significance constructions at the individual subject level; the outside world objects; and the inter-subjective relationship with others. In the first case it intersects with logic and theory of knowledge. In the second, taking care of physicalities, sensitive objects, touches both discourse analysis, and image scrutiny, in the various languages that the two comprise: literature, narrative, media text and framing, photography, film, advertising, art, and forms of expression emerging in these and other languages. Semiotics dealing with intersubjectivity is mainly concerned with the pragmatic dimensions of the production of meaning, and in this sense, it crosses paths with rhetoric and discourse ethics, advertising and political communication.

eikon interprets the growth of globalized Western culture as a gradual transition from a logocentric world - focused on the rational use of the word as it emerged in Greece in centuries VI and V b.C - to an increasingly visual culture builded around image and its use, so well expressed today in the diversity and ubiquity of screens. This passage from a logocentric world to a visual universe represents also a movement from logos towards pathos, speech towards impulse and action. The transition from discourse (symbol) to imagery (icon), tends today to be perceived as a section, a real epistemological cut that would mark the shift between paradigms. Instead, eikon chooses to emphasize the continuities and dependencies of the coexistence between the two regimes, and the intimate link on which both depend.

eikon is interested in semiotics and its objects, starting with man's most basic question about meaning: "What does all this mean?". *Id est*, it is interested in "how" and "why" things mean, and in "what do

certain things mean", how do they bespeak those who used them to mean something. These issues are terribly old, and sparkingly new: they have been changing and evolving as new and different media are becoming available for man to signify.

All eikon's content is freely available without charge to the user or his institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author.

eikon, by LabCom, is licensed under a Creative Commons Atribuição 3.0 Unported License. By submitting your work to the journal, you confirm you are the author and own the copyright, that the content is original and previously unpublished, and that you agree to the licensing terms. eikon only publishes original content, and authors are responsible for verifying the inexistence of plagiarism, including self-plagiarism and previous publication.

By submitting your work, you also agree on the standards of expected ethical behavior, which follow the COPE's - Committee on Publication Ethics - Best Practice Guidelines, and the International Standard Guidelines for authors.

Index

07_ 14

A monotematização e as crises políticas na cobertura da pandemia da Covid-19 no Jornal Nacional

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira
Jullian Gomes Souza
Cleide Luciane Antoniutti

15_ 22

Fake news e Covid 19: a disseminação da desinformação no Facebook no primeiro quadrimestre de 2020

Cleide Luciane Antoniutti
José Jullian Souza
Wesley Idelfoncio de Vasconcelos

23_ 30

Golpe ou Impeachment? A polarização midiática a partir das capas das revistas Veja e Carta Capital

Helen Rodrigues Simões

31_ 40

Gêneros radiofônicos em programações de webrádios públicas brasileiras

Paulo Fernandes de Carvalho Lopes
Mariana Gomes dos Santos

41_ 48

El discurso triunfalista sobre la Guerra de Malvinas en la prensa argentina (1982)

Baal Delupi

49_ 58

Caminhando pela cidade: Acentuando sentidos através da realidade aumentada

Bruno Daniel Ferreira Andrade

59_ 70

Perspectivas dilatadas e olhares astronômicos: o uso de imagens de satélites no trabalho de Mishka Henner

Kati Eliana Caetano
Anuschka Reichmann Lemo

71_ 78

O consumo do sagrado nos espaços *online*

Anna Maria Salustiano

79_ 86

Dança de Hábito: Irmã Cristina em Ballando con le Stelle 2019, uma análise estética da simbiose religião-mídia

Fabiola Ballarati Chechetto

**Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira
Jullian Gomes Souza
Cleide Luciane Antoniutti**

Universidade Federal do Caribi
Brasil

Monothematic and political crises in pandemic coverage of the Covid-19 in Jornal Nacional

This article aims to understand the journalistic processes of coverage of the Covid-19 pandemic by Jornal Nacional from TV Globo from 18 January to 15 May 2020, directing journalistic attention to monothematic coverage about the pandemic and the new coronavirus. It considered that since the onset of the disease and its related consequences, journalists' attentions have been divided into three political crises generated by the Brazilian federal government: 1) the dismissal of former Health Minister Luiz Henrique Mandetta; 2) the resignation of ex-minister Sergio Moro of the Ministry of Justice and Public Security and; 3) the resignation of former Health Minister Nelson Teich. These three facts together, in less than two months, divided the coverage times of the news with the biggest health crisis registered with global scales in the 21st century. As a research method, we initially sought to use exploratory research, with the analysis of the JN editions from January 18 to May 15, 2020, in order to verify the extent to which the health crisis and the political crisis overlapped and became a public health political crisis.

Keywords

Monothematization, News coverage, Covid-19,
National Newspaper

A monotematização e as crises políticas na cobertura da pandemia da Covid-19 no Jornal Nacional

Este artigo tem como objetivo compreender os processos jornalísticos da cobertura da pandemia da Covid-19 pelo Jornal Nacional da TV Globo, de 18 janeiro a 15 de maio de 2020, direcionando a atenção jornalística para uma cobertura monotemática acerca da pandemia e do novo coronavírus. Considera-se que desde o surgimento da doença, e suas consequências, as atenções dos jornalistas foram divididas em três crises políticas geradas pelo governo federal: 1) a demissão do ex-ministro da Saúde Luiz Henrique Mandetta; 2) o pedido de demissão do ex-ministro Sérgio Moro do Ministério da Justiça e Segurança Pública; e 3) o pedido de demissão do ex-ministro da Saúde Nelson Teich. Estes três fatos juntos, em menos de dois meses, já dividiam os tempos de cobertura dos telejornais com a maior crise sanitária em escala global, no séc. XXI. Como método de pesquisa, procurou-se utilizar a pesquisa bibliográfica, a exploratória e a técnica da Análise de Conteúdo (AC), a partir das reportagens, a fim de verificar como as crises sanitárias e políticas se imbricaram e tornaram-se uma crise política de saúde pública.

Palavras-chave

Monotematização, Cobertura jornalística; Covid-19,
Jornal Nacional

Introdução

Neste estudo buscou-se inicialmente investigar o conceito de “monotematização” na cobertura jornalística em televisão, e os efeitos produzidos nas narrativas do telejornal. De acordo com o Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa (2010), a palavra “mono” significa “único” e “tema” (do grego *thema*) corresponde a proposta, assunto. O seu contrário, a politematização, vem do grego *poly* “muitos”. Em linhas gerais, a monotematização é o ato ou efeito de tematizar, de usar um só tema, mesmo com enquadramentos diferentes. Já o formato politemático trabalha na perspectiva generalista, ao proporcionar uma vasta opção de temas do cotidiano ao público.

Conforme Dominique Wolton (1990, p. 111), “os argumentos que se encontram no fundamento da televisão generalista são de duas ordens e, longe de estarem ultrapassados, eles, de fato, foram se reforçando ao longo dos anos”. O primeiro diz respeito à televisão privada e enfatiza a lógica econômica: ao entrar em contato com o grande público, a televisão garante um vasto mercado e, conseqüentemente, grandes lucros, a partir de diversos temas e abordagens. Conforme o autor, “se olharmos para os Estados Unidos, que inventaram a televisão generalista privada: é a ideia de que é também um fator de integração social e de identidade coletiva para um país, obedecendo sempre a lógica econômica” (WOLTON, 1990, p. 111).

Quanto a etimologia da palavra “telejornal”, “tele” é o diminutivo de teleobjetiva, a objetiva fotográfica de grande distância focal e, por conseguinte, pequeno ângulo de abertura, usada para registrar temas distantes. A palavra “jornal” pressupõe uma publicação ou edição periódica que fornece notícias diversas. O telejornal é originalmente um produto jornalístico politemático, porém, em ocasiões extremas, a depender da cobertura, transforma-se em monotemático ou híbrido, abordando um mesmo assunto em grande parte do seu tempo de exibição e intercalando com alguns temas generalistas.

Com o crescimento da Covid-19 no Brasil e no Mundo no primeiro semestre de 2020, a cobertura jornalística transformou-se em monotemática e híbrida, preocupada com aspectos sociais, econômicos, políticos e os índices de audiência, conforme o estudo mostrará ao longo da investigação. Deste modo, identificamos que no período focado para este estudo, a monotematização da cobertura jornalístico do Jornal Nacional vai sendo constituída e apresentando picos de edições diárias que discorrem apenas sobre a Covid-19 – como será possível observar no momento da análise do objeto de estudo.

Este artigo se propõe a analisar e discutir alguns aspectos da cobertura televisiva do Jornal Nacional (JN) sobre a Covid-19 no que tange aos processos de monotematização e as influências de temas políticos na cobertura da pandemia. A nossa análise de conteúdo começa em 18 de janeiro e se estende até o dia 15 de maio de 2020, considerado o período de exibição da primeira reportagem, as primeiras vítimas, o aumento no número de casos da doença e a disseminação global resultando na decisão da Organização Mundial da Saúde (OMS) em decretar pandemia do novo coronavírus chamado de Sars-Cov-2.

Junto a isso, no Brasil, a crise política se instala e o tema da crise sanitária divide-se com a crise política, a partir da saída do governo do Presidente Jair Bolsonaro (sem partido) de três ministros de Estado: Luiz Henrique Man-

detta (Saúde), Sérgio Moro (Justiça e Segurança Pública) e Nelson Teich (Saúde). Desde o início da crise sanitária, o presidente brasileiro Jair Bolsonaro tem contrariado as recomendações da OMS e estado presente em diferentes atos públicos, saudando pessoas, sem nenhuma proteção (máscara ou distanciamento) e minimizando os riscos e efeitos nocivos do novo coronavírus.

Procurou-se, também, fazer um breve comparativo da cobertura jornalística com alguns temas de saúde: o surgimento da Aids (1983 a 1987); a pandemia da Gripe H1N1 (2009) e a microcefalia (2015). A relação da pandemia e a imprensa tem se mostrado monopolizadora, próxima e constante, conforme afirma o Boaventura de Souza Santos (2020, p. 37-38) sobre o novo coronavírus:

Sabe cómo monopolizar la atención de los medios como el mejor experto en comunicación social. Descubrió nuestros hábitos y la proximidad social en la que vivimos para afectarnos más duramente. El coronavirus es nuestro contemporáneo en el sentido más profundo del término. No es solo porque es simultáneo, es decir, que ocurre en el mismo tiempo lineal que nuestras vidas.

Começamos o nosso estudo refletindo a respeito das relações do novo coronavírus e a contemporaneidade a partir das palavras do pesquisador português, Boaventura Santos, no artigo “El coronavirus y nuestra contemporaneidade”, recém-publicado no livro *Alerta Global: políticas, movimientos sociales y futuros en disputa en tiempos de pandemia*. No período de análise da cobertura, as demais temáticas e assuntos não foram cobertas pelo telejornal, havendo apenas abordagens e ângulos acerca dos temas que passam a cobertura da Covid-19. Isso se configura como um momento único na cobertura jornalística do Jornal Nacional da TV Globo, que completou 51 anos em 01 de setembro de 2020, e a televisão brasileira os seus 70 anos em 18 de setembro de 2020.

História da atuação da mídia nas recentes crises sanitárias no Brasil

A primeira cobertura jornalística no JN com caráter monotemático sobre saúde ocorreu na década de 1980, a partir do surgimento da Aids (1983 a 1987). As primeiras reportagens discorreram sobre a descoberta do vírus e o crescimento da então denominada “epidemia mais violenta do século”, conforme informações da primeira reportagem sobre o tema “Primeiras informações ao público brasileiro sobre a Aids” realizada em 27 de março de 1983 pelo Fantástico e, durante a semana, pelo JN, conforme explicita o site Memória Globo.

É preciso considerar que os arquivos de notícias não estão todos disponíveis, tornando complexa a categorização, precisamente sobre a quantidade e datas das abordagens dessa cobertura jornalística monotemática. Porém, o site Memória Globo informa que em 1º de junho de 1987 foi descoberto um novo tipo de vírus – o terceiro tipo – sendo uma cobertura realizada pelo Jornal Nacional diretamente de Washington, capital dos EUA, de onde se acompanhava a reunião com 6 mil especialistas de 50 países, que discutiam sobre o tema.

O segundo período de cobertura monotemática do JN teve como protagonista a pandemia de Gripe H1N1 (2009). O surto da Influenza A/H1N1 transformou-se na primeira pandemia do século XXI e matou mais de 2 mil pessoas no

País, como destaca o site Memória Globo ao rememorar esta cobertura jornalística realizada pelo JN. Na segunda cobertura monotemática sobre saúde, identificamos algumas datas e as temáticas abarcadas por essa cobertura jornalística.

No dia 24 de abril de 2009, o telejornal destacou que o vírus da gripe H1N1 estava chegando ao território dos EUA, depois de matar 20 pessoas no México, sendo esta a primeira notícia sobre a doença, citada no Brasil. Já no dia seguinte, 25 de abril, uma nova reportagem anunciava que o Ministério da Saúde criou um gabinete para lidar com casos da gripe H1N1. Notamos, diferentemente do que ocorreu com a cobertura da Covid-19, que o início dessa cobertura apresentou um número menor de reportagens dedicadas ao tema, semelhante à atual cobertura da Covid-19.

Em seguida, o telejornal destacou uma notícia, em 27 de abril, acerca da chegada de duas pessoas no Brasil que vieram do México e que estavam internadas em Belo Horizonte, sob suspeita de terem contraído o vírus. Em São Paulo, outra pessoa apresentava sintomas, cujo resultado ainda não era confirmado.

Desse modo, no mês de abril de 2009, identificamos três notícias que exibiam o surgimento da doença, as ações do governo e a chegada da doença no Brasil. Uma nova reportagem foi visualizada no mês de maio de 2009, discorrendo sobre o número de casos confirmados, com a participação de um homem que teria sido o primeiro infectado com a doença no Rio de Janeiro. Esta foi a única notícia encontrada sobre o tema neste mês, disponível no site Memória Globo. Por último, observamos uma reportagem do JN, em 11 de junho, na qual a correspondente Sônia Bridi, de Paris, mostrou o que os governos da Europa estavam fazendo como resposta ao alerta da doença.

Um terceiro momento monotemático na cobertura jornalística do JN, ocorreu no ano de 2015, cujo tema era a microcefalia. Para discorrermos sobre essa cobertura, faz-se preciso destacar que ela ocorre ao mesmo tempo em que se constata a existência de uma epidemia de dengue no Brasil, noticiada pelo telejornal em 14 de maio de 2015. Em seguida, no dia 22 de maio, o JN noticiou que a cidade de São Paulo registrava o primeiro caso de Zika vírus. Já em 22 de julho, a cobertura destacava os criadouros de *Aedes Aegypti* (inseto transmissor da dengue e o Zika vírus) em obras que deveriam ter sido entregues para a Copa do Mundo do Brasil em 2014.

Neste primeiro momento, visualizamos que o número de reportagens sobre o tema consta em pequena escala, ao menos diante da análise do material disponível para consulta. Essas três primeiras reportagens ocorrem com um espaçamento de tempo, especialmente entre 22 de maio e 22 de julho (cerca de dois meses de diferença) e as suas temáticas têm abordagens distintas. Dessa forma, é possível fazer uma relação direta com a cobertura da microcefalia (uma malformação congênita, em que o cérebro não se desenvolve de maneira adequada) que, como confirmou o Ministério da Saúde, manteve aproximação com o Zika vírus. Assim, em 6 de outubro, o JN anunciou o registro de 700 mortes por dengue em todo o Brasil. Em 11 de novembro destacava o estado de emergência na saúde pública e a explosão de casos de microcefalia em Pernambuco, que registrava 141 casos em 44 municípios. Já em 21 de novembro de 2015, a reportagem teve uma abordagem política e explicava que os ministérios brasileiros se uniram para conter os casos de microcefalia na região Nordeste. Pos-

teriormente, em 27 de novembro, a reportagem noticiou a primeira morte por Zika vírus no Brasil. E, no dia seguinte, 28, o JN noticiou que o Ministério da Saúde havia confirmado a relação entre a microcefalia e o Zika vírus em bebês. No mês de dezembro, no dia 8, o telejornal destacou o aumento de 41% de casos de microcefalia no Brasil. O Ministério da Saúde investigava 19 casos suspeitos da doença e da relação com o Zika vírus. Diante do exposto, compreendemos que esses três momentos que antecedem a atual cobertura sobre o tema saúde foi realizada em conjunto com a cobertura de outras notícias sobre o País e o mundo, havendo espaços temporais no telejornal quando comparada ao novo momento de monotematização com a cobertura da Covid-19, que tem como característica a intensificação massiva em torno de um mesmo tema, não havendo espaço para cobrir outras notícias que estão acontecendo.

Revisão teórica

Estudar o telejornalismo brasileiro neste momento da pandemia da Covid-19 demanda sobretudo uma reflexão quanto ao papel que a mídia exerce para a formação de uma sociedade mais crítica, com cidadãos mais bem informados e conscientes sobre as problemáticas relacionadas à temática da doença, que atinge hoje, de forma igualitária, a população mundial. As informações ocorrem tanto ao nível do internacional para o nacional, já que os casos tiveram início na China, e do nacional para o local, uma vez que os casos de Covid-19 foram introduzidos nas grandes capitais, via aeroportos com voos internacionais adentrando as cidades interioranas.

Dessa forma, cabe aqui entender para quem os âncoras e repórteres dos telejornais se dirigem ao estruturar o noticiário, o que creem que seja mais ou menos relevante, e o que entendem que pode ou não interessar aos espectadores. Assim, o que eles julgam que deve ser exibido em seus telejornais, é o que ainda buscaremos entender a partir da análise que empreendemos durante a cobertura jornalística feita pelo Jornal Nacional, da Rede Globo.

Uma informação, desde a sua seleção até a sua publicação, independentemente do meio de comunicação, atravessa etapas, que vão desde a interpretação dos critérios de noticiabilidade por parte dos profissionais do veículo, passando pelas etapas de seleção das fontes, coleta dos dados, produção, até a interpretação desses mesmos critérios pelo editor antes da apresentação final ao público.

Para compreensão de todos esses processos, buscamos aporte teórico nas teorias do jornalismo, especificamente no agendamento da mídia, ou a hipótese da *agenda-setting*, e nas teorias do *gatekeeper* e *newsmaking* (WOLF, 2005; TRAQUINA, 2004; 2005; 2008; TUCHMAN, 1978), que defendem que o jornalismo está longe de ser o espelho do real. “E, antes, a construção de uma suposta realidade” (PENA, 2008 p. 128), ou seja, a produção da notícia, embora possa parecer um processo simples, precisa ser planejada como uma rotina industrial.

A hipótese da *agenda-setting* parte do pressuposto de que os meios de comunicação de massa possuem certa capacidade em determinar as pautas públicas, a partir daquilo que veiculam (McCOMBS; SHAW, 1972). Dearing e Rogers (1996) definem uma agenda como um conjunto de temas que comunicam, de acordo com uma hierarquia de importância, em um determinado momento no tempo. Um tema

na agenda, por sua vez, é definido como “um problema social, conflitivo, que recebeu atenção dos media” (DEARING; ROGERS, 1996, p. 3). Tais definições têm servido de base para a construção de desenhos de pesquisa destinados a mensurar efeitos de transferência de relevância de uma agenda a outra, em todas as fases das pesquisas em *agenda-setting*.

McCombs (2005) afirma que até uma breve menção no telejornal da noite é capaz de evidenciar a relevância de um acontecimento, e a localização da notícia no programa e o tempo de duração fornecem pistas da valoração de certos fatos em relação a outros. Assim, a agenda da mídia, de fato, passa a se constituir também na agenda social. O processo de *agenda-setting*, por sua vez, é composto pelo funcionamento e pelas relações observáveis entre a agenda dos media, a agenda pública e a agenda política (DEARING; ROGERS, 1996), cujas naturezas se dão em termos de definições operacionais.

Entende-se que mais do que sinalizar fatos em destaque, as informações selecionadas diariamente pelos profissionais da mídia, “dirigem nossa atenção e influenciam em nossa percepção de quais são os temas mais importantes do dia. A capacidade para influenciar na relevância das questões do repertório público é o que se chamou de fixação da agenda por parte dos meios informativos (MCCOMBS, 2006, p. 24). Assim, de uma forma mais simples, poderíamos dizer que os meios de comunicação ordenam os temas de relevância (agenda dos meios de comunicação). A partir daí, é que o público que acompanha, monta sua própria agenda – a agenda pública, que vai se relacionar com seu repertório de assuntos e de ações –, constituindo, assim, o nível inicial da opinião pública.

Uma grande contribuição para as teorias do jornalismo foi também o estudo de White, em 1950. Ele nos ajuda a compreender todo o processo da seleção de notícias, apresentando as principais razões para publicar e para rejeitar uma notícia. Da mesma forma, Wolf (2005) apresenta estudo que contribui para compreendermos como se dão os critérios usados para o processo de seleção e construção da notícia nos meios de comunicação. Cabe aqui lembrar o que são essas teorias e como devem ser inseridas em nosso trabalho de pesquisa, a partir da cobertura do JN sobre a Covid-19.

Kurt Lewin, psicólogo alemão, em 1947, foi o primeiro autor com preocupações sociais na área da comunicação de massas a indicar que a passagem de uma notícia por determinados canais de comunicação depende de “portões” (*gates*) que funcionam dentro desses mesmos canais de comunicação¹ (CORREIA, 2011). Esses portões “são regidos ou por regras imparciais ou por um grupo no ‘poder’, os quais têm o papel de decisão que tem o papel de decisão: o que aprovar e o que rejeitar. O termo *gatekeeper* acaba por ser aplicado, assim, “à pessoa que toma uma decisão numa

seqüência de decisões” (TRAQUINA, 2004, p. 77).

A teoria do *newsmaking* é considerada uma atualização e complementação da teoria do *gatekeeper*, que busca compreender os critérios de noticiabilidade, pois procura entender todo o processo de rotina de produção da notícia, isto é, os critérios que levaram a notícia a ser veiculada. Em seus estudos Mário Erbolato e Mauro Wolf falam de três momentos: captação, redação, edição (ERBOLATO, 2006); e coleta, seleção, apresentação (WOLF, 2005). Já Mike Ward (2006) defende que o processo jornalístico deve ser descrito em quatro momentos: identificar, obter, selecionar, ordenar ou apresentar.

O que difere os dois autores, Wolf e Erbolato, de Ward, é que este acrescenta o “identificar” em seus processos. A explicação está no fato de que os que defendem apenas três etapas o fazem, possivelmente, porque a fase de identificação não pode ser percebida por aqueles que fazem a análise a partir do produto final. Somente por quem estiver acompanhando, de dentro da redação, o processo de construção da notícia. Cabe entender então que: “[...] as análises sobre o *newsmaking* descrevem o trabalho de comunicação dos emissores como um processo que ‘contém de tudo’” (WOLF, 2005, p. 267).

Assim, a partir dessas teorias é possível entender de que forma os telejornais, em específico o Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, empreenderam na escolha de critérios de noticiabilidade, a partir das suas rotinas de produção da notícia, na cobertura do Covid 19.

Procedimentos metodológicos

A metodologia adotada para o presente estudo tem natureza aplicada e perpassa a abordagem quantitativa, objetivando tanto a análise numérica quanto as causas e motivações do fenômeno pesquisado. De acordo com Minayo e Sanches (1993, p. 247) “[...] é de se desejar que as relações sociais possam ser analisadas em seus aspectos mais ‘ecológicos’ e ‘concretos’ e aprofundadas em seus significados mais essenciais”. Diante do entrelaçamento destas abordagens, poderemos identificar e explicar o processo de monotematização na cobertura jornalística do Jornal Nacional acerca da Covid-19.

Enquanto estratégia de investigação, foi utilizada a pesquisa exploratória-descritiva com a finalidade de compreender a relação entre jornalismo e saúde, referente às coberturas jornalísticas monotemáticas no histórico JN. Para Richardson (2011), este modelo de pesquisa tem como objetivo a familiarização com o tema e a descrição sistemática do fenômeno de modo objetivo e detalhado. Também foram utilizadas a pesquisa bibliográfica sobre a monotematização e as coberturas jornalísticas sobre saúde e pandemias.

A análise dos dados obtidos ocorreu através do uso da Análise de Conteúdo (AC). De acordo com Bardin (2016), a AC funciona tanto como um método de pesquisa, quanto uma técnica de análise. Conforme uso da AC enquanto técnica de análise, a autora destaca a importância da criação de categorias, que na presente pesquisa se caracterizam a partir das reportagens que versavam sobre a temática da Covid-19. Para essa categorização, as reportagens foram selecionadas segundo o uso das palavras-chave (pandemia, Covid-19 e novo coronavírus) identificadas no título das reportagens ou no texto de apresentação. Posterior-

¹ A teoria do Gatekeeper surgiu pela primeira vez no ano de 1947, criado pelo psicólogo alemão Kurt Lewin, a partir de suas observações que levantam a possibilidade da mudança de hábitos alimentares de uma população. Lewin presumiu que nem todo membro de uma comunidade dispõe de igual prestígio para escolher entre quais alimentos vão ou não para a mesa, ao perceber que nos canais por onde escorrem a seqüência de comportamentos, certas regiões podem funcionar como cancelas ou porteiros restringindo ou não a passagem dos itens alimentícios (CORREIA, 2011).

mente, as reportagens foram organizadas por mês (entre janeiro e maio de 2020), para que fosse possível identificar como a monotematização se apresentou durante a cobertura do JN.

O objeto de estudo é a cobertura jornalística da pandemia da Covid-19, que vem sendo realizada pelo JN no ano de 2020. O JN é o principal telejornal do País, e ao longo dos seus mais de 50 anos de existência se firma como um dos líderes de audiência no horário nobre da televisão brasileira. E, acerca da atual cobertura jornalística na TV, vem demonstrando aspectos e mudanças interessantes que necessitam de uma investigação em caráter científico, enquanto forma de corroborar para a compreensão deste cenário jornalístico.

O período de análise foi delimitado de 18 de janeiro a 15 de maio de 2020, diante da identificação da primeira notícia sobre o surgimento do coronavírus na China e, em seguida, do avanço do coronavírus pelo mundo e sua chegada ao Brasil. O *corpus* de análise é composto por reportagens do JN com a temática da Covid-19, que foram coletadas no aplicativo Globoplay, totalizando 909 reportagens no período de análise. Também utilizamos o site Memória Globo, para coletar informações sobre a linha do tempo, a partir da datificação de coberturas de saúde no JN. Assim, os dados analisados foram tabulados e apresentados graficamente, para uma melhor visualização e compreensão acerca da monotematização.

Análise da cobertura jornalística do Jornal Nacional

Nesta perspectiva, tratando especificamente da atual cobertura jornalística monotemática da Covid-19 realizada pelo Jornal Nacional, notamos um aumento significativo nos meses de março e abril, frente ao período de análise, quando foi iniciado o distanciamento e isolamento social no Brasil. Sobre a temática da Covid-19, os números de reportagens quase quintuplicaram no mês de março (322), em comparação ao mês de fevereiro (70), como pode ser visualizado na tabela a seguir:

Mês	Nº de reportagens
Janeiro	23
Fevereiro	70
Março	322
Abril	331
Maio	165

Tabela 1 – Quantidade de reportagens sobre a Covid-19 no Jornal Nacional. Fonte: Elaboração própria (2020).

Assim, constatamos que a temática da pandemia atual, no ano de 2020, exerceu certa predominância nas reportagens do JN. Anteriormente, o telejornal compreendia uma ampla gama de temas tais como saúde, educação, política, cotidiano, esportes e acontecimentos na vida das celebridades. Contudo, conforme a referida pandemia chegava ao mundo ocidental, especialmente às Américas, houve a mudança de uma politematização para uma monotematização. Conforme a Tabela 1 evidencia, houve um aumento de mais de 300% entre o primeiro e o segundo mês de análise. Já entre fevereiro a abril, visualizamos um aumento que foi de quase 500% em relação ao período inicial. Para efeitos de análise, encara-se que no mês de abril houve o ápice da monotematização do telejornal, ou seja, encara-se o

fenômeno de forma segmentada, e não de forma absoluta e indivisível. De fato, trata-se de um momento de uma cobertura monotemática – como já visualizado em outros momentos, mas de forma mais acentuada –, precedido e seguido de uma forte predominância da temática da Covid-19 nas reportagens do Jornal Nacional.

No mês de abril a monotematização das notícias continuou em crescimento, totalizando 331 reportagens, como mostra o Gráfico 1, a seguir.



Gráfico 1 – Crescimento da monotematização da cobertura noticiosa do Jornal Nacional. Fonte: Elaboração própria (2020).

Identificamos que é a partir do dia 13 de março que a curva desponta para a cobertura jornalística com mais de 50% do telejornal dedicado a cobrir a temática da Covid-19. Assim, no período correspondente entre 18 de março a 13 abril têm-se alguns picos no número de reportagens, totalizando 386 reportagens dedicadas à Covid-19. O pico diário máximo é identificado na seguinte ordem: 13 de abril (24), 19 de março (23), 24 e 28 de março (22), 18 de março e 11 de abril (21) e o dia 1º e 9 de abril (20).

É importante ressaltar que a partir do dia 24 de abril, observamos um decréscimo da quantidade de reportagens sobre a Covid-19, mas se comparado com o início da cobertura no mês de janeiro ainda é um volume superior com média de 8 a 12 reportagens. Ainda que a curva comece a demonstrar uma queda no mês de maio, é preciso considerar que a coleta dos dados ocorreu apenas até o dia 15, ou seja, metade do mês de maio. Observamos, também, que entre os meses de abril e maio o número de reportagens decaiu pela metade, aproximadamente (de 331 para 163). Assim, esse número pode ser superior ou representar uma diminuição da monotematização na cobertura jornalística do JN.

Neste sentido, entende-se que a cobertura do JN aponta, de fato, para uma monotematização da cobertura noticiosa sobre a Covid-19, no período de janeiro a maio de 2020. E conforme a doença se alastrava pelo mundo, e principalmente chegava ao Brasil, era ainda mais intensificada a cobertura do novo coronavírus. Assim, as demais pautas, momentaneamente, foram excluídas do escopo do telejornal, dando espaço para uma cobertura jornalística de saúde. Nessa vertente, também objetivamos analisar os impactos de tal monotematização na audiência do telejornal. Optamos por apresentar os dados da audiência do telejornal, por semana, a partir dos números disponibilizados pela Kantar Ibope Media. É importante destacar que, para cada um ponto de audiência, é considerado 70.559 mil domicílios sintonizados no programa; ou fazendo-se a contagem individual, cada um ponto de audiência equivale a 199.309 pessoas sintonizadas. Os dados estão apresentados na Tabela 2, a seguir:

Período	Audiência
13/01 a 19/01	29,1
20/01 a 26/01	30,1
27/01 a 02/02	28,4
03/02 a 09/02	28,2
10/02 a 16/02	29,8
17/02 a 23/02	28,3
24/02 a 01/03	28,5
02/03 a 09/03	29,0
10/03 a 15/03	29,3
16/03 a 22/03	34,2
23/03 a 29/03	33,1
30/03 a 05/04	30,3
06/04 a 12/04	29,1
13/04 a 19/04	29,7
20/04 a 26/04	30,2
27/04 a 03/05	29,4
04/05 a 10/05	29,2
11/05 a 17/05	29,3

Tabela 2 – Audiência do Jornal Nacional entre janeiro e maio de 2020. Fonte: Kantar Ibope (2020).

Acerca da sua audiência, no período de 13 de janeiro a 15 de maio de 2020, percebe-se que o JN teve alguns picos de maior audiência, como observado nos seguintes períodos: de 20 a 26 de janeiro (30,1); de 16 a 22 de março (34,2); de 23 a 29 de março (33,1); de 30 de março a 5 de abril (30,3) e de 20 a 26 de abril (30,2). E nos outros períodos se manteve com média entre 28 e 29 pontos de audiência. O aumento da audiência da primeira semana (20 a 26 de janeiro) está associado às primeiras reportagens sobre o coronavírus na China, representando um total de 13 reportagens. No segundo período analisado (16 a 22 de março), a Organização Mundial da Saúde (OMS) já havia classificado o novo coronavírus como pandemia, em 11 de março, e já era possível visualizar no Brasil mais de 1000 casos do novo coronavírus.

No período de 23 a 29 de março, o noticiário do JN apresentou dados sobre o aumento de casos da Covid-19, representando mais de 4.500 casos de pessoas com o vírus e mais de 150 mortes no Brasil. Ou seja, com a situação cada vez mais alarmante e a cobertura jornalística sendo intensificada, pode-se atribuir o aumento da audiência ao interesse do público em se atualizar sobre os dados e compreender as medidas que estavam sendo feitas pelo governo. Posteriormente, outro pico de audiência foi registrado entre 30 de março a 5 de abril. Neste período, os dados sobre a incidência da Covid-19 no Brasil já revelavam mais de 500 mortes, ou seja, quase 40% a mais e mais de 12 mil infectados, cerca de 30% a mais do que no período anterior.

Por fim, o último pico de audiência do JN é identificado no período de 20 a 26 de abril de 2020. Neste período, já não é possível relacionar a audiência do telejornal apenas para a cobertura da Covid-19, mas no compartilhamento dessa audiência com as crises pelas quais o governo brasileiro estava enfrentando, podendo ser aqui elencadas em três momentos. No dia 16 de abril (10 reportagens) foi anunciada a demissão do então Ministro da Saúde Luiz Henrique Mandetta; no dia 24 de abril (11 reportagens), a saída do Ministro da Justiça Sérgio Moro e no dia 15 de maio (7 reportagens) a saída do segundo Ministro da Saúde, Nelson Teich, que ficou cerca de um mês no cargo. Assim, tais crises, em conjunto com o aumento de casos de infectados (mais de 218 mil) e de mortes (mais de 14 mil), representa-

ram o crescimento da audiência do JN.

Para melhor visualizar as interferências das crises políticas na cobertura jornalística da Covid-19, os dados serão representados graficamente. Do total de reportagens coletadas (909), os meses de abril e maio juntos representam 53% de notícias dedicadas à cobertura da Covid-19.



Gráfico 2 – Porcentagem de reportagens sobre a Covid-19 no Jornal Nacional. Fonte: Elaboração própria (2020).

Diante da porcentagem de reportagens nos meses de abril e maio de 2020, observamos que 65% delas estão relacionadas com as crises do governo produzidas durante o mês de abril, e 35% durante o mês de maio. Assim, durante o mês de abril a monotematização da cobertura jornalística da Covid-19 foi diminuída para que o JN pudesse noticiar as crises a partir das saídas dos Ministérios da Saúde e da Justiça. Como no mês de maio, considerando que a coleta de dados contemplou apenas metade do mês (até o dia 15), as notícias sobre as crises governamentais, especialmente sobre a saída do segundo ministro da Saúde, Nelson Teich, teve menos impacto do que as duas anteriores.

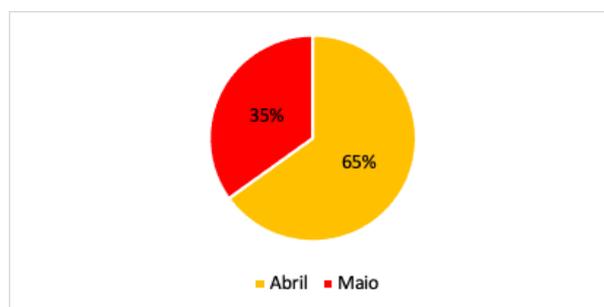


Gráfico 3 – Porcentagem de reportagens sobre a Covid-19 no Jornal Nacional. Elaboração própria (2020).

Desse modo, podemos aferir que a monotematização da cobertura jornalística de saúde, a partir da Covid-19, é redimensionada apenas quando o Jornal Nacional noticia as crises provocadas pelo governo, como a saída dos ministros descritas anteriormente. Assim, nos dias 16 e 24 de abril e no dia 15 de maio, a cobertura jornalística do JN foi dedicada, majoritariamente, sobre a saída dos ministros. Apontamos também que as saídas dos dois ministros da Saúde mantinham, de certa forma, relação com essa cobertura de saúde, mas o destaque principal deu-se sobre as relações, conflitos entre o Governo Federal e os ministros, e não sobre as ações que esses atores estavam desempenhando para melhorar a saúde pública no Brasil.

Considerações finais

O estudo empreendido neste artigo aponta, frente ao dimensionamento, o avanço de casos e espalhamento do novo coronavírus desde a China até a sua chegada no Brasil. A cobertura jornalística do Jornal Nacional foi se tornando monotemática a partir da preocupação de organizações como a OMS e o desconhecimento sobre os efeitos do vírus, as formas de contágios e as orientações sanitárias com seus devidos cuidados. Assim, desde o mês de janeiro, o JN noticiou alguns informes sobre o surgimento do novo coronavírus, mas sem grandes alardes por ser um caso ainda restrito na cidade chinesa de Wuhan.

Contudo, no mês de fevereiro os casos foram se agravando, e um número expressivo de casos de mortes foram sendo registrados e noticiados pelo jornalismo internacional. No dia 11 de março de 2020, a OMS decreta a pandemia, e com isso também verificamos que há uma maior concentração da cobertura jornalística sobre a Covid-19 neste mês, aqui no Brasil, e, especificamente, no telejornal utilizado como objeto de estudo.

Os dados coletados, analisados e apresentados neste estudo demonstram, que mesmo em outras coberturas jornalísticas de saúde como a Aids (1983 a 1987); a pandemia da Gripe H1N1 (2009) e a microcefalia (2015), não foi identificada uma monotematização como o cenário atual no JN. Mesmo não sendo um fenômeno novo, a monotematização dessa cobertura, durante os primeiros meses de 2020, mostrou-se expressiva. O pico apresenta-se durante o mês de março, com 322 reportagens e também em abril com 331 reportagens sobre a Covid-19.

Já os dados do mês de maio apresentam-se de forma parcial, uma vez que a pesquisa não se debruçou na coleta de todas as edições do JN deste mês. Porém, uma vez que a observação levantada inicialmente, de que havia o direcionamento de cobertura monotemática, esta foi realmente identificada e demonstrada, sobretudo nos meses de março e abril. As únicas interferências em reportagens que versavam sobre a temática da Covid-19 foram visualizadas durante as crises provocadas pelo governo, que de certa forma também estavam relacionadas com a temática da cobertura, a exemplo das saídas dos dois ministros da Saúde. Apenas a saída do Sérgio Moro pode ser compreendida como um eixo mais distante dessa cobertura monotemática. Conclui-se, que a monotematização identificada na cobertura jornalística do JN implicou em picos de audiência, bem como no direcionamento do telejornal para noticiar, narrar e explicitar as ocorrências, os fatos e as transformações do novo coronavírus.

Referências Bibliográficas

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- CORREIA, João Carlos. **O admirável mundo das notícias: teorias e métodos**. Covilhã: LabCom Books, 2011, pp. 81-92
- CUNHA, Antonio Geraldo da. **Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa**. São Paulo. Editora Lexikon, 2010.
- DEARING, James W., ROGERS, Everett. **Agenda setting**. Thousand Oaks, CA.: Sage, 1996.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em Jornalismo**. São Paulo: Ática, 2006.
- KANTAR IBOPE MEDIA. **Audiência do Jornal Nacional**. 2020. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em: 6 set. 2020.
- GLOBOPLAY. **Jornal Nacional**. [s/d]. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/jornal-nacional/t/MyCrVr-r6gW/>>. Acesso em: 6 set. 2020.
- MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional**. [s/d]. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/>>. Acesso em: 6 set. 2020.
- MINAYO, Maria Cecília S.; SANCHES, Odécio. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, jul./set., 1993.
- McCOMBS Maxwell. **Estableciendo la agenda**. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Barcelona: Ediciones Paidós, 2006.
- McCOMBS, Maxwell. A Look at Agenda-setting: past, present and future. **Journalism Studies**, Austin, v. 6, n. 4, p. 543-557, 2005.
- McCOMBS, Maxwell; LOPEZ-ESCOBAR, Esteban; LLAMAS, Juan Pablo. Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. **Journal of Communication**, Oxford, v. 50, n. 2, p. 77-92, 2000.
- McCOMBS, Maxwell ; SHAW, Donald. The agenda-setting function of mass media. **The Public Opinion Quarterly**, Oxford, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2010.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- SANTOS, Boaventura S. El corononavirus y nuestra contemporaneidade. In: KASSIR et al. **Alerta global: políticas, movimientos sociales y futuros en disputa en tiempos de pandemia**. Buenos Aires: CLACSO; Lima: ALAS, 2020, p. 35-40.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. 1. reimp. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2002.
- TUCHMAN, Gaye. **Making News: a study in the construction of reality**. New York: The Free Press, 1978.
- WARD, Mike. **Jornalismo online**. São Paulo: Roca, 2006.
- WHITE, D M. "The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News". **Journalism Quaterly**, vol. 27, n. 4, p.382-39, 1950
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Editora Ática, 1996.

Cleide Luciane Antoniutti
José Jullian Souza
Wesley Idelfoncio de Vasconcelos

Universidade Federal do Parana / Universidade Federal do Cariri
Brasil

Fake news and Covid-19: the spread of disinformation on Facebook in the first quarter of 2020

This study analyzes the processes of disinformation and the spread of fake news related to Covid-19, through the posts found on the social network Facebook. As a general objective, we seek to discuss the literature in the area and draw a conceptual delimitation and the typologies of fake news, in conjunction with Wardle's classification (2017). The research methodology starts from a quantitative approach, exploratory-descriptive research and the data used collected from March to June 2020 and, for the analysis, four representative posts selected. Thus, we identified that there was a significant increase in the number of news checks on Covid-19, which also means that there was an increase in the number of fake news circulating. In this sense, it is necessary to double the attention when receiving information on social networks that do not present the official source and make a critical reading before sharing any content.

Keywords

Fake news, Facebook, Covid-19

Fake news e Covid-19: a disseminação da desinformação no Facebook no primeiro quadrimestre de 2020

O presente estudo realiza uma análise sobre os processos de desinformação e a disseminação de fake news em tempos da Covid-19, mediante as postagens encontradas na rede social Facebook. Como objetivo geral, buscamos discutir sobre a literatura na área e traçar uma delimitação conceitual e as tipologias das *fake news*, em conjunto com a classificação de Wardle (2017). A metodologia de pesquisa parte de uma abordagem quanti-qualitativa, pesquisa exploratória-descritiva e os dados utilizados foram coletados a partir dos meses de março a junho de 2020 e, para a realização da análise foram selecionados quatro posts representativos. Assim, identificamos que houve um crescimento significativo do número de checagens das notícias sobre a Covid-19, o que também significa que houve um aumento do número de notícias falsas circulando. Neste sentido, é preciso redobrar a atenção ao receber informações nas redes sociais que não apresentem a fonte oficial e fazer uma leitura crítica antes de compartilhar qualquer conteúdo.

Palavras-chave

Fake news, Facebook, Covid-19

Introdução

A temática tratada neste artigo vem mobilizando estudiosos e pesquisadores de várias áreas do conhecimento, principalmente do campo da Comunicação e, em especial do Jornalismo. Desde que a Covid-19 chegou em nossa rotina em novembro de 2019, na China, e em março de 2020, no Brasil, o tema passou a ocupar espaços nas coberturas dos veículos de comunicação. No entanto, temas relacionados a pandemia se disseminaram pelos diversos espaços da internet, principalmente nas redes sociais na forma de fakes news. Assim, do ponto de vista crítico, a internet como um espaço de proliferação de mentiras e notícias falsas tem contribuído para a desinformação e a disseminação da população brasileira, causando diversos efeitos colaterais.

Na relação com esse cenário de expansão das notícias falsas, vivemos atualmente um cenário de aceleração tecnológica com o surgimento de novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), que ampliaram exponencialmente a oferta de informação e entretenimento por meio de novos canais e suportes digitais. Dos papéis à web 2.0 a humanidade tem vivido uma constante e exponencial produção e disseminação informacional, fazendo com que a informação disponível nos meios digitais passe a ser visualizada frente a combinação das possibilidades interativas, hipertextuais, colaborativas e sociais passando a levar a informação as pessoas mais rapidamente e em maior quantidade.

Assim como a mercantilização e a vulgarização da informação se fizeram presentes após a imprensa, agora defronta-se uma nova “crise do conhecimento”, advinda desta explosão informacional agravada pelo surgimento da internet (Burke, 2003). Não apenas tem-se uma quantidade de informação extrema, cujos processadores e máquinas atuais com processadores e armazenamentos potentes possuem dificuldade em processar a todos (deixando-se para trás a capacidade do cérebro humano), como também sua qualidade é parca e pouco auxilia na prosperidade e desenvolvimento intelectual ou cultural humano.

Nesta perspectiva, as fakes news não teriam o potencial de disseminação se não houvessem as convergências midiáticas tecnológicas e de suportes, em torno de fluxos de conteúdos e produtos de comunicação no âmbito digital. Com isso, a internet é vista como facilitadora no processo de “fabricação” de notícias falsas, levando a uma condição avassaladora e preocupante, que merece a todo tempo ser estudada e problematizada. Por ser um lugar de construção de materialidade, visibilidade e interatividade, a internet é capaz de mobilizar diversos atores nesse processo se colocando como um território livre e autônomo, uma vez que ela é cada vez mais controlada pelos governos e por empresas multibilionárias do setor de tecnologia.

Diante deste contexto, a sociedade e o campo da Comunicação e do Jornalismo se veem à frente de uma problemática a ser enfrentada nos tempos em que as fake news têm superado o bom e velho jornalismo diário, colocando como um desafio também para os profissionais da notícia de voltar a atenção da sociedade para o consumo de notícias veiculadas em portais e sites confiáveis. Em conjunto com a comunicação digital, as redes sociais a exemplo do Facebook também facilitam a fabricação e o espalhamento das fake news na internet.

Assim, nosso objetivo geral neste trabalho está em apresentar a literatura que busca traçar a delimitação conceitual e

as características das *fake news*. Além disso, como objetivos específicos buscamos (i) problematizar o cenário atual com a avalanche de conteúdos falsos que estão distribuídos em vários ambientes da internet e (ii) apresentar o mapeamento de notícias falsas sobre a Covid-19, que circularam nas redes sociais digitais, especialmente no Facebook.

Metodologia de Pesquisa

O presente trabalho adotou como abordagem a quali-quantitativa, pois será possível tanto demonstrar a presença e o crescimento das fake news durante os primeiros quatro meses da presença do novo coronavírus no Brasil, abarcando um levantamento de dados durante os meses de março a junho de 2020. Esse tipo de abordagem, conforme Minayo e Sanches (1993), possibilita visualizarmos as dinâmicas entre quantitativo e qualitativo, objetividade e subjetividade, mas não como caminhos opostos e, sim, como percursos que se complementam e revelam um campo de análise a ser explorado com maior detalhamento.

Como estratégia de pesquisa utilizaremos a pesquisa exploratória-descritiva, que de acordo com Gil (2009), possibilita uma aproximação com o tema e o objeto de estudo, bem como a descoberta de novas proposições. Já a pesquisa de natureza descritiva tem como seu objetivo a descrição sistemática de determinado fenômeno ou área do saber, a qual se deseja investigar, de modo objetivo e detalhado (Richardson, 2011).

A coleta de dados deu-se em conjunto com as informações disponibilizadas pela Agência Lupa, que funciona como um serviço de checagem das fake news. Essa coleta ocorrerá sobre as notícias falsas que circularam na rede social Facebook, tendo como recorte temporal o período compreendido entre os meses de março e junho de 2020 no Brasil. Esse recorte possibilita identificar tanto quantitativa como qualitativamente a circulação de fake news sobre a temática da Covid-19.

Dessa forma, selecionamos uma notícia de maior repercussão de cada mês, tendo um total de 4 postagens, que circularam no Facebook para que fossem analisados do ponto de vista do seu conteúdo e repercussão. A partir da classificação do tipo de fake news idealizado pela Agência Lupa, classificamos os dados coletados apresentando numericamente e em seguida fazendo uma análise mediante a classificação de fake news baseada em Wardle (2017). De acordo com o autor as fake news podem possuir 7 tipos diferentes de classificação: 1) sátira ou paródia; 2) conteúdo enganoso; 3) conteúdo impostor; 4) conteúdo fabricado; 5) falsa conexão; 6) conteúdo falso e 7) conteúdo manipulado.

A contextualização das fakes news

O que mais ouvimos falar nos últimos tempos foi na palavra fake ou fake news. Há três anos a palavra fake news vem ganhando notoriedade. Em 2017, ela foi nomeada a palavra do ano pelo dicionário em inglês da editora britânica Collins. Fake news, “notícias falsas” foi um termo amplamente usado por Donald Trump quando estava em campanha para presidente dos EUA, em geral para se referir a notícias negativas sobre ele, mas parece que o mundo inteiro passou a usar o termo. No mesmo ano, as menções a “fake news” aumentaram 365%.

O fenômeno das fake news despertou tanto interesse que até um documentário foi feito em 2018. No documentário “Fake News: Baseado em fatos reais”, produzido pela Globo News, André Fran, Rodrigo Cebrian e Felipe Ufo visitam países atrás de informações sobre o que é Fake News. Chegam até Veles, uma pequena cidade da Macedônia, conhecida como a capital da Fake News, onde um grupo de pessoas criava notícias falsas em prol de Trump e soltava os links em um grande grupo do Facebook para conseguir muitos acessos nos sites e consequentemente muito dinheiro através do Google AdSense.

Na língua inglesa, fake é ao mesmo tempo adjetivo, substantivo e verbo. De acordo com dicionário Oxford, como adjetivo a palavra denota algo que não é genuíno, uma imitação ou uma falsidade. Como substantivo, é o nome que se dá a coisas e pessoas que não são genuínas, ou seja, que são uma fraude ou um embuste. Como verbo, é a ação de falsificar ou fingir algo com a intenção de forjar uma verdade.

Ao problematizar a palavra, Freitas Filho (2020) diante de situações que despertam a atenção da opinião pública, a hegemonia do fake se apresenta de forma mais evidente. Para o autor, desde 2019, estamos sendo impactados por crises ambientais e humanitárias que foram amplamente divulgadas pela grande mídia, como o rompimento de uma barragem em Brumadinho, as queimadas na Floresta Amazônica e a epidemia do Coronavírus na China (Freitas Filho, 2020, p. 39). Para o autor fake é um grande problema a ser enfrentado e sem perspectivas de controle.

O fake é o começo do fim. É o plástico boiando na superfície de um oceano profundo de verdades inventadas. É a floresta devastada pelo fogo cuja fumaça se vê de longe e muitos fingem não enxergar. Portanto, o mundo das verdades inventadas é o mundo da negação. Onde se nega o racismo, a homofobia, a misoginia e a xenofobia para esvaziar o debate sobre os direitos humanos. Recentemente, o fake nos mostrou que o brasileiro cordial é uma verdade inventada (Freitas Filho, 2020, p. 39).

Diante da citação do autor é possível nos questionarmos: Por que as pessoas acreditam tanto em mentiras, boatos, falsas verdades do que em informações comprovadas? Kakutani (2018) tenta explicar este fenômeno:

Várias teorias foram desenvolvidas para explicar por que as pessoas aceitam rapidamente informações que sustentem suas crenças e rejeitam aquelas que as contestam. Simples. As primeiras impressões são difíceis de serem descartadas, porque há um instinto primitivo de defender o próprio território, porque as pessoas tendem a produzir respostas emocionais em vez de intelectuais ao serem questionadas e são avessas a examinar cuidadosamente as evidências (Kakutani 2018: 141).

Ou seja, o fenômeno das notícias falsas está relacionado com as crenças e percepções de cada sujeito ou grupos sociais. Cada um, a partir da sua vivência, do seu conhecimento e das influências a que estão submetidos terão percepções diferentes acerca dos boatos e fake news. Além disso, é preciso entender que também há a questão da falta de checagem dessas informações e o espalhamento dessas notícias pelas redes sociais de forma massiva.

A desinformação e ações de combate sobre a pandemia

Após o surto inicial da doença do novo coronavírus em 2020 (a Covid-19), muitas teorias de conspiração, informações falsas e desinformações inundaram a internet, principalmente as redes sociais, especulando e espetacularizando a origem, escala de infectados, prevenção, tratamento e vários outros aspectos relacionados a doença. Com isso, as áreas da ciência e da saúde nunca foram tão exploradas em fakes news como no presente momento.

Cabe lembrar aqui os apontamentos de Pollyana Ferrari (2020)¹ sobre o momento em que estamos vivendo. Para a autora, a pandemia (termo tecnicamente adotado pela Organização Mundial da Saúde) é também um fenômeno midiático, reforçado pelas narrativas produzidas por avalanches de informações e de fake news. Há disputas sobre sua origem, os perigos da doença, as formas de tratamento, há comparações com outras epidemias. De acordo com Colucci (2020, sem página), “[...] mais rápida do que a disseminação do coronavírus pelo mundo está a propagação de notícias falsas e de teorias da conspiração sobre a epidemia, que chegaram muito antes no Brasil do que o próprio vírus”. Segundo a Agência Lupa², o Brasil é o recordista mundial em conteúdos de desinformação, passando a frente dos Estados Unidos que ficou com a segunda posição do painel de monitoramento da Universidade Johns Hopkins. Outro estudo feito pela Avaaz³ apontou que no Brasil 7 em cada 10 pessoas levaram a sério pelo menos um conteúdo falso a respeito da Covid-19. A Avaaz realizou uma pesquisa online entre os dias 9 e 15 de abril, em que foram entrevistadas 2.001 pessoas no Brasil; 2.002 na Itália e 2.000 nos Estados Unidos com participantes entre 18 e 65 anos. A pesquisa mostra que 94% (com margem de erro de 2,2%) dos entrevistados brasileiros tiveram acesso a pelo menos uma informação falsa sobre o coronavírus. Na Itália e Estados Unidos, esses números foram de 95% e 83% respectivamente. Além disso, identificou-se que o WhatsApp e Facebook estão entre os principais meios de disseminação de fake news, ou seja, a disseminação ocorre sobretudo por meio das redes sociais.

Outro estudo feito pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) com conteúdos captados entre 17 de março e 10 de abril, revelou que 65% das fake news envolviam curas caseiras milagrosas (e não comprovadas pela ciência) para a Covid-19. Pois, desse total de fake news 5,7% estão relacionadas a golpes bancários; 5% tratam de projetos falsos para arrecadar recursos destinados a instituições de pesquisa e 4,3% qualificam a doença como uma manobra política.

Diante do volume e velocidade com que as notícias falsas sobre a doença foram se disseminando entre as redes sociais no Brasil, em 2 de fevereiro de 2020 a OMS se ma-

¹ Entrevista disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/30/pandemia-mostra-que-estava-tudo-errado-diz-pesquisadora-de-midia-digital.htm>. Acesso em: 20 de outubro de 2020.

² Agência de checagem de fatos, dados e declarações da Folha de São Paulo. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em: 20 out. 2020.

³ Uma comunidade de mobilização on-line que dá voz a sociedade civil. Disponível em: <https://secure.avaaz.org/page/po/about/>. Acesso em: 20 out. 2020.

nifestou descrevendo o momento como uma “infodemia maciça”. A organização cita a abundância excessiva de informações relatadas, precisas e falsas, sobre o vírus que dificultava com que as pessoas encontrassem fontes de informações confiáveis. Assim, a OMS incentivou a criação de uma linha direta de funcionamento ininterrupto, na qual as equipes de comunicação e mídia social da organização monitoram e respondem a desinformação por meio de seu site e páginas de mídia social.

No mesmo caminho, as empresas de plataformas digitais como o Facebook, WhatsApp, Twitter e Google afirmaram que estavam trabalhando com a OMS para resolver “desinformação”. Em um post de blog⁴, o Facebook afirmou que removeria o conteúdo sinalizado pelas principais organizações globais de saúde e autoridades locais que violem sua política de conteúdo sobre informações incorretas levando a “danos físicos”. No intuito de contribuir, o Facebook também está dando publicidade gratuita à OMS sinalizando uma importância da empresa no combate as notícias falsas na internet.

Em comunicado conjunto, as plataformas sociais reuniram-se em Washington, capital dos Estados Unidos, para traçar ações conjuntas de prevenção e enfrentamento da desinformação durante e após a pandemia, publicando a seguinte nota:

Estamos trabalhando bem próximos na resposta contra a COVID-19. Estamos ajudando milhões de pessoas a continuarem conectadas, enquanto também combatemos fraude e desinformação sobre o vírus, destacando conteúdos de autoridades em nossas plataformas e compartilhando atualizações críticas em coordenação com agências de saúde governamentais em todo mundo. Convidamos outras companhias a se juntarem a nós, no trabalho de manter comunidades 65 saudáveis e seguras (Facebook, 2020, on-line).

No ano de 2019, o Instagram com vista ao combate à desinformação, lançou uma parceria com agências checadoras de fatos de forma global, inclusive no Brasil, permitindo aos conteúdos suspeitos serem avaliados e classificados dentro da própria rede. Logo quando o conteúdo for considerado falso, após análise por agências de checagem, será sinalizado na publicação de forma que os usuários possam selecionar se desejam ou não ter acesso a tal informação. Tais telas serão replicadas, caso os conteúdos sejam replicados em linhas temporais, perfil, stories ou mensagens pelo *direct*⁵.

A metodologia utilizada para identificação de informes potencialmente falsos é através do aprendizado por má-

quinas (robôs com algoritmos de inteligência artificial) e retorno da comunidade (denúncias através de botões com o dado de informações falsas). Neste ano de 2020, a plataforma (Instagram) adicionou novas práticas para o combate a desinformação e ao covid-19 como: métodos para direcionar a informações seguradas de fontes confiáveis sobre a pandemia, como a OMS e os Ministérios da saúde de cada país; exclusão de conteúdos que julgar prejudicial no combate à pandemia; exclusão de filtros nos stories com sugestões de contaminação ou de exames sobre o vírus, permitindo apenas os realizados em parceria com organizações de saúde reconhecidas; envio de postagens que possam ter informações incorretas para checadores de fatos; bloqueio e restrição de hashtags que sejam usadas para espalhar informação errada; banimento de anúncios que explorem a situação; e destaque de contas de organizações de saúde em alguns termos de busca relacionados à pandemia.

Um dos aspectos relevantes desta plataforma no enfrentamento a desinformação é a rotulação, associação de etiqueta informativa com os motivos pelos quais foi classificada como conteúdo falso ou parcialmente falso, agência verificadora responsável, link para conferência das informações diminuindo o aparecimento de contas que veiculem repetidamente informações checadas e consideradas falsas. Além do combate a desinformação, esta rede também tem se posicionado de maneira a coibir os casos de *bullying* e assédio através de denúncias de comentários, perfis e stories permitindo aos usuários bloquear as contas que não respeitam as Diretrizes da Comunidade, quanto às interações destes podendo ter as contas e perfis excluídos conforme as faltas, denúncias e reincidências nas ações praticadas.

No mesmo caminho, em 2020 o WhatsApp tomou medidas mais enérgicas para enfrentamento da disseminação de desinformação em sua plataforma tais como: encaminhamento de mensagens, vídeos, imagens para apenas cinco contatos ou grupos por vez; indicação do uso do chatbot (não disponível em português) da Aliança Internacional de Checagem de Fatos⁶ para conferência da veracidade das informações. Nesta perspectiva, a plataforma está através de várias frentes no combate à desinformação em suas redes de contatos, porém é necessário também o apoio e conscientização da sociedade civil, governo e usuários.

Diante de tantas notícias falsas, o Conselho Nacional dos Secretários de Saúde (CONASS) criou um painel próprio que apresenta as estatísticas dos estados brasileiros referentes a doença. Outra iniciativa foi a dos veículos de imprensa que criaram um consórcio para divulgar em conjunto os números das secretarias de saúde. Esse consórcio é formado pela Folha de São Paulo, O Globo, Extra, O Estado de São Paulo e os portais UOL e G1. Essas iniciativas surgiram após o Ministério da Saúde começar a dificultar a divulgação diária dos números da doença no país⁷.

Assim, vimos que no combate as notícias falsas as técnicas utilizadas por instituições privadas para guiar os usuários na seleção de conteúdo informacional têm sido, além das políticas de conscientização promovidas (indicação de agências de checagem de fatos, vídeos promocionais, esclarecimentos dos termos de privacidade e uso, infográficos etc.), punições e banimentos das plataformas para os usuários que desrespeitarem as normas de conduta. E, em casos extremos, o acionamento da justiça local para responsabilização por danos maiores.

⁴ Retirado da: <https://about.fb.com/br/news/2020/04/coronavirus/>

⁵ Espaço de comunicação interna na rede social Instagram, em que os sujeitos podem trocar mensagens de texto e áudio e enviar publicações dos stories ou mesmo do feed.

⁶ Tradução do termo em inglês: International Fact-checking Network (IFCN).

⁷ O governo brasileiro no dia 5 de junho de 2020, decidiu a começar a sonegar dados sobre as mortes por Covid-19. O Ministério da Saúde deixou de informar o total acumulado de óbitos e de casos confirmados por infecção pela doença desde o início da pandemia. Os números passaram a se restringir apenas ao que foi confirmado nas 24 horas anteriores.

Discussão dos resultados

Para discutir a temática do presente trabalho, escolhemos alguns posts de fakes news que circularam nas redes sociais (Facebook) entre os meses de março a junho de 2020, que contemplaram a temática do Covid-19. E, que ganharam grandes repercussões nas redes sociais. Os formatos escolhidos foram em forma de texto e vídeo.

Os caminhos metodológicos para nos ajudar a classificar as fakes news são referenciadas a partir da explanação de Wardle (2017), ilustrada na Figura 1, que apresenta 7 possíveis classificações:

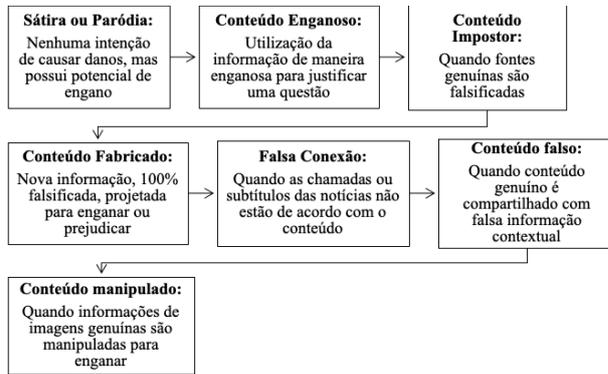


Figura 1— Classificação das fake news

Mediante essa classificação, que serve como base para a análise, coletamos os dados junto a Agência Lupa sobre as checagens realizadas na rede social Facebook. Na Tabela 1, apresentamos os dados conforme podem ser visualizados a seguir:

Meses	Checagens geral	Checagens Covid-19	Total (em %)
Março	89	64	72
Abril	169	140	83
Maior	175	149	85
Junho	181	143	79

Tabela 1 — Relação das checagens sobre as notícias durante pandemia em comparação ao total produzidas pela Lupa no Facebook

Identificamos que no mês de março, quando a OMS declarou a existência de uma pandemia ocasionada pela Covid-19, do total de checagem (89), 64 estavam relacionados com a Covid-19, ou seja, representa mais de 50% dos das informações verificadas. No mês de abril, os dados de checagem de fake news aumentam em comparação ao mês anterior, representando um total de 140 notícias checadas (83%). Assim, percebemos que houve um aumento de 11% de notícias produzidas e checadas no Facebook pela Agência Lupa. Já no mês de maio de 2020, as fake news continuam em crescimento, porém de forma menos significativa em relação aos meses de março e abril. Os dados coletados apresentam que as checagens verificaram um acréscimo de 9 notícias falsas. E, em comparação ao total de checagens do mês (183), 79% não eram notícias verdadeiras. Por fim, no último mês de análise, junho, averiguamos uma redução em comparação ao mês de maio. Das 149 checagens de notícias acerca da Covid-19, em junho foram 143. Porém, a checagem geral apresentou 181, número maior do que o mês anterior.

A análise desses dados é fundamental para que possamos visualizar o andamento do serviço de checagem, o número

de fake news que estão sendo identificadas e como esse trabalho é imprescindível para a sociedade. O combate as fake news, sobretudo nas redes sociais, é uma importante tarefa a ser realizada pela Comunicação e pelas organizações comunicacionais. Pois, é nas redes sociais, a exemplo do Facebook, onde é possível perceber que há um aumento de circulação e proliferação das notícias falsas.

Desse modo, além da pesquisa quantitativa, destacamos a seleção de quatro (4) postagens para uma análise mais aprofundada sobre as fake news que circularam no Facebook, durante este momento de pandemia da Covid-19. A escolha por esses 4 posts deu-se mediante a repercussão, através do número de compartilhamentos. Aqui, será utilizada a classificação proposta por Wardle (2017) como forma de inserir “etiquetas” nos níveis de notícias falsas.

Primeiro Post: Casos e óbitos por covid-19 em SP

O primeiro post falso selecionado (Figura 2) foi checado em 27 de março e trata-se de uma comparação entre a pandemia de covid-19 e a de H1N1 em 2009. O post tem a intenção de fazer uso político da pandemia, em tom que beneficia o presidente Jair Bolsonaro, ao mesmo tempo, faz críticas ao governo do ex-presidente Lula. Na postagem, compara-se a quantidade de casos e mortes pelas doenças em ambos períodos, além do “nível de pânico” de cada momento, com números maiores para a de H1N1 e um pânico menor sendo referida como “É só um resfriado”. Assim, os dados sobre a covid-19, com números menores, tem o nível de pânico considerado como sendo “apocalíptico!!”.

O post ainda traz uma possível causa para o acontecido, ao criticar a manipulação da “mídia esquerdista”. Até o momento da checagem, o post possuía mais de 200 compartilhamentos.

Bolsonaro:

COVID 19 - Corona Vírus
Casos No Brasil: 1.128 (21/3)
Mortes: 18
Nível de Pânico: APOCALÍPTICO!!

Lula Ladrão:

H1N1 - Gripe Suína
Casos No Brasil: 58.178
Mortes: 2.101
Nível de Pânico: É só um resfriado

ENTENDERAM COMO UMA
MÍDIA ESQUERDISTA PODE
MANIPULAR A SUA VIDA?

Figura 1 — Decreto do Governo de São Paulo

Segundo Wardle (2017), essa fake news encaixa-se na classificação de conteúdo enganoso, por se tratar da utilização das informações de forma enganosa. Os dados indicados no post, de fato, se aproximam dos números reais para as duas epidemias, contudo, os referentes ao H1N1 ocorreram em mais de um ano e meio e, além disso, por recomendação da OMS, o Brasil só contabilizava casos considerados graves, ou seja, o número de casos seria muito maior e a taxa de mortalidade, menor. Sobre os dados relacionados a covid-19, se referem à pouco menos de um mês de epidemia.

Segundo Post: Caixões vazios de vítimas de Covid19 em BH

Circulou nas redes sociais no mês de abril um post e um vídeo com a afirmação de que foram desenterrados diversos caixões de vítimas da Covid-19, em Belo Horizonte (MG). Ao serem abertos, não havia corpos de pessoas mortas pelo novo coronavírus no seu interior, e sim pedras e papelão.



Figura 2 – Notícia sobre os caixões vazios de BH

Segundo a Agência Lupa, o texto publicado no Facebook, até às 16h do dia 30 de abril de 2020, tinha sido compartilhado por mais de 16 mil pessoas na rede. Essa informação foi identificada como falsa pelas principais agências de checagem brasileiras. Em nota oficial, a própria assessoria de imprensa de Belo Horizonte afirmou se tratar de fake news e que não havia nenhuma notificação sobre caixões nos cemitérios da cidade sendo desenterrados. Além disso, afirmavam que todos os procedimentos para sepultamentos das vítimas de Covid-19 eram adotadas seguindo as recomendações do Ministério da Saúde. Outro ponto que

colocava o post como falso era de que em nenhum meio de comunicação da cidade ou mesmo mineiro tinha conhecimento deste fato.

Este post teve uma grande repercussão e levou a polícia mineira a investigar o caso e identificar a autora da postagem, que foi identificada e responsabilizada por fabricar e disseminar nas redes sociais fake news. O intuito deste tipo de notícia falsa foi de minimizar a pandemia e dizer que governos estaduais e prefeituras estão enganando a população, sobre a real situação de mortalidade pela doença. Segundo as classificações de Wardle (2017), o conteúdo deste post pode ser considerado como manipulado, por se tratar de uma imagem genuína (os caixões sendo enterrados) sendo utilizada em um contexto diferente com o intuito de manipular e enganar os leitores.

Terceiro Post: Denúncia de pagamento por mortos de Covid-19

No dia 25 de maio de 2020, circulou no Facebook um post em que Edison do Carmo compartilhou um vídeo, fazendo denúncias que os hospitais estariam recebendo 18 mil reais por mortos de Covid-19.

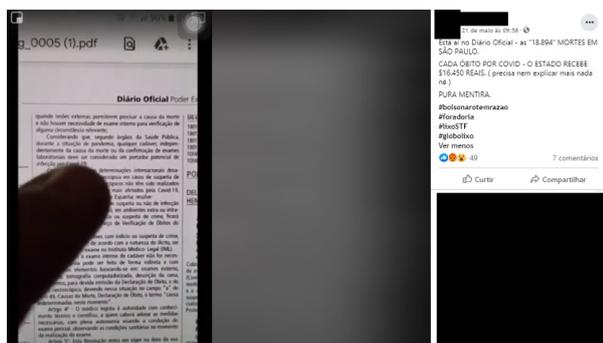


Figura 3 – Denúncia de pagamento pelos mortos de Covid-19

Cabe ressaltar que outro assunto que tem estado no centro do debate das fake news durante a pandemia de Covid-19 foi o uso da cloroquina, defendido por Donald Trump e Jair Bolsonaro. O uso do medicamento para tratar a doença, porém, não é unanimidade entre os médicos e o seu consumo indiscriminado pode causar efeitos colaterais sérios, como problemas cardíacos. Ainda assim, diversas notícias falsas circulam pela internet, supostamente apresentando pessoas que foram totalmente curadas apenas por meio do uso dessa substância, mas sem comprovação científica da sua eficácia. Até o momento da checagem, o post possuía 159 compartilhamentos e pode ser classificado como conteúdo impostor (WARDLE, 2017), por se tratar de uma verba que realmente vem sendo repassada pelo Ministério da Saúde, mas não tem relação com o número de mortes.

Quarto Post: Nobel da medicina diz que o coronavírus foi criado em laboratório

No dia 05 de junho circulou um post em que se dizia que o imunologista Tasuku Honjo, vencedor do prêmio Nobel de Medicina em 2018, diz que a covid-19 não é causada por um vírus natural, porque afeta países com clima diferente do da China. O médico teria falado que trabalha no “laboratório de Wuhan” e que os telefones estão inoperantes há meses e todos os técnicos estariam mortos. Até o momento da Checagem, o post possuía mais de 6,7 mil compartilhamentos.



Figura 4 – Postagem sobre a criação do vírus da Covid-19

Nesse ponto, observa-se novamente os usos políticos da desinformação. Desde o início da pandemia houveram nas redes um discurso sobre o “vírus chinês”, referindo-se ao coronavírus como uma arma biológica criada por cientistas chineses. Segundo Wardle (2017), o conteúdo desse post pode ser classificado como conteúdo impostor, por se tratar de uma fonte genuína (Nobel de Medicina) sendo usado para legitimar uma informação falsa à ele atribuída.

Considerações finais

Apesar das fake news serem um fenômeno considerado antigo, a disseminação das redes sociais digitais e a cultura do compartilhamento abrem espaço para que a desinformação se estabeleça em um novo patamar diante da temática da Covid-19, no ano de 2020. O contexto em que situamos nossa análise ensejou uma série de reações em relação a pandemia que atinge mundialmente a população, tornando-se um ponto crucial a ser combatido por diversos atores da nossa sociedade.

Observamos em nossa investigação, a partir dos posts analisados que as fakes News sobre o novo coronavírus ganharam grandes proporções, afetando ações e imagens de instituições e atores representativos da sociedade. Desse modo, os quatro (4) posts analisados se configuram como conteúdo impostor (2), conteúdo manipulado (1) e conteúdo enganoso (1). Ou seja, observamos que há o uso de fontes genuínas para criar conteúdos impostores; uso de conteúdo enganoso e imagens genuínas para manipular e disseminar as fake news.

É importante ressaltar que a disseminação de notícias falsas relacionadas ao novo coronavírus contribui significativamente para o descrédito da ciência e das instituições globais de saúde pública, além de enfraquecer as medidas adotadas pelos governos no combate à doença. Alguns dos exemplos foram apresentados neste trabalho para ilustrar a problemática, demonstram que estamos longe de acabar

com este fenômeno das fakes news, especificamente no cenário das redes sociais digitais a exemplo do Facebook. Assim sendo, o estudo que aqui fizemos merece maior aprofundamento a investigação sobre o combate às notícias falsas, que não se resolve com fórmulas simples e prontas, mas com um conjunto de mecanismos que vão desde recursos técnicos até o investimento em educação digital. Com isso, restrições legais devem ser elaboradas pelos poderes representativos para combater a desinformação, mas sem perder de vista o desafio de respeitar a liberdade de expressão. Na medida em que a Internet se torna onipresente em nossa sociedade e indispensável no cotidiano, o domínio de seu acesso e controle, coloca em xeque a própria liberdade.

Referências Bibliográficas

BURKE, Peter. (2003). **Uma história social do conhecimento I: de Gutemberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

COLLUCI, C. (2020). **Fake news sobre coronavírus se disseminam mais rapidamente do que a doença**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 28 jan. 2020. Seção Colunas e Blogs. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/claudiacollucci/2020/01/fake-news-sobre-coronavirus-se-disseminam-mais-rapidamente-do-que-a-doenca.shtml>. Acesso em 25 de julho de 2020.

FILHO FREITAS, Alberto. (2020). **A hegemonia do fake: o regime político das verdades inventada**. p. 33- 50. *In*: Nós: Tecnoconsequências sobre o humano [recurso eletrônico] / Pollyana Ferrari (Org.) -- Porto Alegre, RS: Editora Fi.

GIL, Antônio Carlos. (2008). **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas.

KAKUTANI, M. (2018). **A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump**. Rio de Janeiro: Intrínseca.

MINAYO, M. C.; SANCHES, O. (1993). Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Caderno de Saúde Pública** 9(3):239-262. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000083&pid=S1413-8123200000010001600012&lng=en. Acesso em: 12 de setembro de 2020.

RICHARDSON, Roberto Jarry. (2011). **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas.

WARDLE, Claire. (2017). **Fake news. It's complicated**. Medium, [s. l.], 16 fev. First Draft, p. [não paginada]. Disponível em: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>. Acesso em: 10 de setembro de 2020.

Political coup or Impeachment? The political polarization from Veja and Carta Capital magazine's covers

The dismissal of Dilma Rousseff from the Presidency of the Republic in August 2016 inaugurated one of the most controversial historical periods in recent Brazilian history. In a fragmented scenario in the discussion of whether it was impeachment or a political coup, we observed numerous partisan and ideological questions. This research proposes to analyze four "Veja" and "Carta Capital" magazine's covers to unravel the articulated meanings by the way both of them elaborate their discursive elements. This work will be based on discursive semiotics, focusing on the generative path of meaning, especially on the controversial dimension. What drives us is the attempt to trace a historical-discursive context of Dilma Rousseff's impeachment process, based on political judgments and their consequent conflicts permeated by political polarization.

Golpe ou Impeachment? A polarização midiática a partir das capas das revistas Veja e Carta Capital

A destituição de Dilma Rousseff da Presidência da República em agosto de 2016 inaugurou um dos períodos históricos mais polêmicos da história recente do Brasil. Em um cenário fragmentado na discussão sobre se foi impeachment ou golpe, observamos numerosos questionamentos partidários e ideológicos. Esta pesquisa propõe analisar quatro capas das revistas Veja e Carta Capital para depreender as significações articuladas pela maneira como ambas elaboram seus elementos discursivos. Este trabalho terá como base a semiótica discursiva, com foco no percurso gerativo de sentido, sobretudo na dimensão polêmica. O que nos impulsiona é a tentativa de traçar um contexto histórico-discursivo do processo de impeachment de Dilma Rousseff, a partir das consequências e julgamentos políticos e seus consequentes conflitos permeados pela polarização política.

Introdução

O contexto histórico-social do processo de destituição da ex-presidente Dilma Rousseff (PT) foi permeado por uma série de manifestações populares que começaram a ocorrer em junho de 2013, pela analogia com o processo político de 1964, sobretudo à palavra “golpe” e o que ela representa, e pela concomitância com os desmembramentos da operação “Lava-jato”.

“O gigante acordou!” e “Vem pra rua!” foram algumas das frases mais exclamadas desde 2013. Influenciados pelos atos realizados em décadas anteriores e com meios tecnológicos mais acessíveis que propiciaram divulgações exacerbadas em redes sociais, os manifestantes conseguiram a anulação do aumento do preço da tarifa dos transportes públicos na maioria das capitais brasileiras. O anseio por mudanças foi estampado nos rostos dos manifestantes, cartazes e em compartilhamentos digitais nas redes sociais. Brasileiros exerceram sua liberdade de expressão, como muitos participantes enfatizaram. Camisas da seleção brasileira de futebol vestiram a população também fora dos estádios e assim como uma nova versão e geração dos “caras pintadas” ajudaram a compor mais um capítulo da história do Brasil.

Souza expõe o cenário das manifestações da seguinte forma:

A camisa da seleção brasileira e a bandeira nacional se tornaram os símbolos que ninguém mais conseguiu retirar ou sequer disputar com essa fração de classe. É uma camisa que passa a mais importante mensagem: “não somos de nenhum time”, como não somos de nenhum partido. Nosso time é a seleção, e nós torcemos pelo Brasil. O ufanismo do país dividido que não tolera a diversidade e ao mesmo tempo se põe como único representante da nação, um profascismo óbvio, não só não foi criticado pela mídia. Foi, ao contrário, louvado e estimulado. (SOUZA, 2016, p. 100).

Houve uma apropriação dos símbolos nacionais, no embate dos brasileiros contra a corrupção, em uma tentativa histórica de unidade em contraposição à divisão. Foi essa a maneira encontrada por grupos políticos para camuflar seu posicionamento ideológico e seu partidarismo político. Assim, elaborou-se tal estratégia em busca do chamado apoio popular, sem o qual o impeachment seria impossível de ser realizado.

Não à toa, a popularidade da então presidente Dilma Rousseff em 2013 foi abalada após uma sequência de protestos. Diante deste cenário, afirma Souza:

Não se compreende o golpe de abril de 2016 sem a manipulação dos protestos de junho de 2013. Mas faltava ainda um elemento decisivo de toda rebelião, seja ela libertária ou reacionária: a construção de um discurso coerente. Este inexistia em junho de 2013, e veio daí o caráter enigmático e multifacetado dessas manifestações, que desafiou a capacidade interpretativa dos analistas. (SOUZA, 2016, p. 106).

Na opinião de Souza, a principal motivação foi o discurso anticorrupção. A partir deste, o objetivo seria o enfraquecimento dos dois personagens principais do Partido dos Trabalhadores: o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e, naquela ocasião, Dilma Rousseff.

Todos os fatos e circunstâncias, desde o início do processo de impeachment, foram veiculados nos mais variados tipos de mídias jornalísticas, a partir de diferentes abordagens, cumprindo, assim, o objetivo de difundir a informação. No entanto, é a amplitude e a pluralidade de propagação das

notícias sobre o mesmo assunto que compõe a proposta de estudo desta pesquisa. Na mídia impressa, as capas representam significativos e produtivos materiais, a partir dos elementos utilizados na construção discursiva, de modo a proporcionar maior publicidade ao conteúdo proposto em cada edição.

Os contextos social e histórico se entrelaçam e se completam. O mesmo “fato” pode ser relatado de formas diferentes e até mesmo divergentes. Essa distinção resulta da forma que determinado discurso é produzido e colocado em circulação. O que nos interessa é justamente, dentre outros objetivos, identificar como as duas revistas, que por sua vez explicitam posicionamentos ideológicos desiguais, escolhem e utilizam temas e figuras como forma de expressão, com base nos seus respectivos posicionamentos e perspectivas. Importa-nos, em suma, os mecanismos de comunicação que se processam.

Miguel (1995) explica a importância política dos meios de comunicação centrado na mediação que eles promovem. A partir da escolha do que possui maior relevância e abrangência, é que diversos fatos, mudanças e eventos são transformados em notícias e amplamente divulgados. Segundo Miguel:

Hoje, a possibilidade de acesso do público a um determinado discurso depende de sua veiculação pela mídia. Trata-se de um fenômeno relevante, já que, como observou Murray Edelman (1985, 10), o elemento crítico na disputa política é a “criação de sentido”: a construção de crenças sobre o significado de eventos, de problemas, de crises, de mudanças políticas e de líderes. (MIGUEL, ([1995]).

A mídia a que Miguel se refere desempenha um importante papel no aspecto político. Os veículos de comunicação expandem o acesso à atuação de agentes públicos e conseqüentemente o debate político é ampliado. Uma pluralidade de ideias e questionamentos políticos e sociais emergiram nos últimos anos e foi possível perceber uma democratização do acesso à informação, pelos mais diversos meios, inclusive digitais.

As capas de revistas, em geral, são constituídas com o objetivo de impactar com as imagens e recursos escolhidos, oscilando assim, entre o jornalismo e a publicidade. As capas carregam consigo particularidades compostas por elementos informativos e ao mesmo tempo conotativos. Tornam-se um gênero a partir de sua composição, conforme elencado por Bakhtin (2016):

Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão indissolúvelmente ligados no conjunto do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominados “*gêneros do discurso*”. (BAKHTIN, 2016, p.12).

São as características peculiares que compõem o que Bakhtin denomina “campo de comunicação” que facilitam a classificação a identificação dos gêneros do discurso. No caso do corpus de nossa pesquisa, o conteúdo está relacionado à exposição do material que foi evidenciado em cada edição, geralmente conteúdos polêmicos e relevantes, com o intuito de captar a atenção do leitor/enunciário e convencê-lo a adquirir o produto, como forma de agregar e propagar as informações mencionadas. Com relação ao estilo, cada revista expõe uma linha ideológica própria, mais agressiva e sensacionalista, ou mais históri-

ca e caricata, por exemplo. E por fim, no que diz respeito à construção composicional, esbarramos nos elementos que tornam-se objeto de análise a partir do sincretismo, nos próximos capítulos.

Os postulados da semiótica francesa, semiótica do discurso ou ainda semiótica greimasiana como também é denominada, permitem examinar os procedimentos da organização textual e os mecanismos enunciativos de produção e recepção do texto. Temos como base a análise a partir do percurso gerativo de sentido, composto pelo plano de conteúdo, em seus níveis fundamental, narrativo e discursivo. Este processo é a base desta pesquisa, pelo fato de fornecer instrumentos teóricos relevantes para que possamos captar, a partir do material selecionado, os recursos e estratégias devidamente utilizados para atingir o objetivo específico de cada revista.

1. Recuperação histórica

O verbete “golpe” no dicionário Houaiss, apresenta-nos alguns significados, com exemplificações no sentido figurado do termo. A palavra é associada à ação ardilosa, situação ou acontecimento que não foi previsto. O primeiro contato da população brasileira em torno desta palavra foi para designar o “Golpe de 1930”, ou Revolução de 1930, responsável por finalizar o período da “República Velha”. Posteriormente, em 1964, a palavra ressurgiu para qualificar o “Golpe militar de Estado no Brasil”, episódio tão relevante para os contextos histórico e democrático do país anos depois, e que permanece mais incutido na memória da população até os dias atuais.

Não relacionado necessariamente a golpe, “impeachment” é espontaneamente ligado ao processo que foi aberto contra o então presidente da República Fernando Collor de Melo, em 1992. Como verbete, encontramos os seguintes significados: “Impugnação de mandato; processo de cassação feito a partir de uma denúncia crime contra uma autoridade, geralmente um presidente, sendo a sentença proferida pelo poder legislativo”. (Dicionário on-line de português. (Acesso em 02 jun. 2020).

A palavra golpe é historicamente associada a alguma ação negativa, que no âmbito político antagoniza com qualquer viés democrático. Desde 2015, este vocábulo ganhou novamente uma entonação para todos aqueles que de alguma forma e por algum motivo ideológico, partidário ou social, questionam o processo estabelecido em 2015. Avritzer (2019) assim explica a ocorrência de impeachment no país:

O impeachment no Brasil não segue o padrão internacional do presidencialismo, de acordo com o qual deve ser um evento muito raro e, para tal, não deve envolver questões administrativas (*maladministration*) ou de oposição política. Ainda assim, entre os casos de impeachment, o do ex-presidente Collor teve fortes elementos consensuais, envolveu a ideia da remoção de um presidente mal avaliado, mas também incorporou um forte consenso entre as instituições políticas (...). (AVRITZER, 2019, p.41).

Em 30 de março de 2016, no Palácio do Planalto, durante cerimônia de lançamento do “Programa Minha Casa Minha Vida 3”, Dilma Rousseff se manifestou a respeito do processo de sua destituição. Na ocasião, o processo de impeachment estava na fase de análise pela comissão especial da Câmara dos Deputados. Dilma declarou: Impeachment sem crime de responsabilidade é o quê? É golpe!

É essa a questão. Não adianta fingir que estamos discutindo o impeachment em tese, nós estamos discutindo o impeachment muito concreto, sem crime de responsabilidade, e aí ele é passível de legalidade, legitimidade. O nome disso é golpe. (AGÊNCIA BRASIL, 2016).

A expressão “golpe de Estado”, a partir do século XX, foi comumente associada a ações militares. De acordo com Bianchi, “uma definição tão limitada não permite considerar a hipótese de golpes promovidos por grupos do poder Legislativo ou Judiciário ou por uma combinação de vários grupos e facções” (2016, p.3).

O Brasil vivenciou o Período Militar, ou Ditadura Militar, no período compreendido entre 1º de abril de 1964 a 15 de março de 1985. Faz-se necessário relembrar este cenário político, uma vez que foi a partir destes vários acontecimentos e períodos marcantes da história brasileira, que surgiram, dentre outros aspectos, as principais manifestações ao longo do país em 2012 e consolidadas a partir de 2013.

É relevante mencionar que Dilma Rousseff foi reeleita em 2014 com 54.483.045 votos, número que corresponde a 51,65% dos votos válidos, em uma disputa eleitoral na qual venceu o candidato Aécio Neves, que por sua vez recebeu 50.993.533 votos, que totalizaram 48,35% do total de votos. Em janeiro de 2015, Dilma tomou posse e anunciou “Pátria educadora” como slogan de seu novo governo. (TSE Notícias, 2014)

Eduardo Cunha, então deputado federal pelo PMDB, no cargo de presidente da Câmara, aprovou o processo de afastamento, no qual constou como justificativa o crime de responsabilidade que teria sido cometido pela ex-presidente, concretizado por meio das pedaladas fiscais, definidas como atrasos de repasse de verbas a bancos públicos e privados.

Os novos processos de destituição não foram mais associados ao uso de força física. Como exemplo, podemos citar as destituições ocorridas em Honduras, com a deposição de Manuel Zelaya em 2009, e no Paraguai, com o afastamento de Fernando Lugo, em 2012. A ausência de interferência militar, em geral, influencia no reconhecimento dos governos sucessórios por parte da população local em que os processos ocorreram e no contexto internacional.

No Brasil, os episódios de corrupção divulgados e apurados influenciaram ainda mais o anseio da população por mudanças. Souza (2016) afirma:

O mensalão foi o ensaio geral para o golpismo de agora, especialmente do seu núcleo fundamental: a ação concertada entre mídia e aparato jurídico-policial do Estado. Como o combate efetivo à corrupção é o último dos objetivos da nossa mídia-partido de elite, a estratégia é novelizar a política e reduzi-la ao embate mocinho versus bandido. O bandido é o PT e as classes populares, assim como o projeto de sociedade que eles representam. O mocinho é o aparato-judicial elevado à condição de paladino da higiene moral da nação. (SOUZA, 2016, p.50).

Para Souza, houve uma tentativa de anular de vez a trajetória petista no Brasil e tudo que ela representou desde 2003, inclusive com forte alcance na classe média e propagação de programas sociais. O “Mensalão” foi o grande divisor, pois proporcionou maior visibilidade midiática sobre o tema “corrupção”. Souza defende ainda que a efusiva propagação midiática acerca dos acontecimentos que cercaram o Partido dos Trabalhadores e seus representantes não foram direcionados ao partido ou a pessoas específicas, mas sim ao percurso histórico que foi traçado desde 2003.

2. A dimensão polêmica

A dimensão polêmica, dentro do viés semiótico, estabelece que a conjunção com um objeto de valor para um sujeito pressupõe a disjunção para outro. Sobretudo, dentro de nossa pesquisa, a dimensão polêmica decorre da polarização ideológica da qual subtemos, concretizada no antagonismo de dois veículos de comunicação, enquanto formadores de opinião, a respeito de um mesmo fato. O processo de impeachment ser considerado ilegal para uma camada da população, torna-o legal dentro dos efeitos da lei, a partir da interpretação da camada oposta.

A coerção se faz presente nesta abordagem em três momentos, pois, já na concepção do fazer elaborado por Greimas (2017), observamos que o autor afasta a coerção física, ação do homem sobre outros homens, da esfera da manipulação. Nesta, interessa-nos, em especial, o fazer cognitivo.

O desafio, figura de manipulação que escolhemos abordar neste capítulo, possui, conforme define Greimas (2017), um caráter provocador e carrega consigo uma concepção de “coerção moral”. Recai a ele o significado de “incitar alguém a fazer alguma coisa”. (Greimas, 2017, p.222). O receptor possui um caráter soberano, possui a liberdade de aceitar ou recusar a proposição do contrato. Especificamente na circunstância do “desafio”, a ideia central é inicialmente qualificar, dentro dos fazeres persuasivo e interpretativo, o sujeito manipulado como “incompetente”. Conforme discorre Greimas:

“No caso da provocação por desafio que agora nos interessa, a mensagem persuasiva do sujeito manipulador, que acompanha a proposição de contrato, consiste em significar para o sujeito que está prestes a ser manipulado sua falta de competência: o sujeito S2 é então convidado a executar um determinado programa (PN) e, ao mesmo tempo, advertido de sua insuficiência modal (de seu “não poder fazer”) para efetuar-lo”. (GREIMAS, 2017, p. 223).

Entendemos este desafio como uma circunstância de provocação a adquirir determinado produto, ou ainda, à ideia de deixar-se manipular, permitindo-se ser induzido a agir de alguma maneira.

Este receptor é colocado ainda diante da situação de dilema de escolha entre opções contraditórias. Esta escolha, em afinidade com o desafio proposto, denota o que Greimas denomina cumplicidade objetiva entre o manipulador e o manipulado.

“Vê-se que o desafio se apresenta como um caso particular de *persuasão anti-frasal*: o enunciado persuasivo é apresentado como uma *persuasão a recusar*, com a intenção oculta de ser lido, após o fazer interpretativo do sujeito manipulado, como uma dissuasão a recusar”. (GREIMAS, 2017, p. 223).

Neste contexto, a frase que melhor sintetiza este “jogo” de manipulação e persuasão é: “O desafio é um enfrentamento sentido como uma afronta”. (2017, p. 230). O sujeito pode se impressionar ou mesmo se inquietar diante da dúvida sobre sua incapacidade. No entanto, ao efetuar sua escolha, assumindo-se como alguém que possui habilidade para tal, o sujeito elimina o valor negativo associado à sua imagem enquanto ser impotente.

A coerção, sinônimo de imposição, opressão ou mesmo coação, nas explicações de Fiorin (1998) sobre ideologia manifesta-se como coerção social. Conforme nos orienta o referido autor, deve ser analisada no nível discursivo e de-

termina a linguagem. Habitam no discurso a manipulação consciente e a manipulação inconsciente. O primeiro tipo é caracterizado por Fiorin como um jogo entre falante e interlocutor e as opiniões que os circundam. A imagem que cada um lado possui do outro em reciprocidade direciona os recursos argumentativos. Já no segundo caso, ideologia e formações históricas predominam. São utilizadas “verdades absolutas” que transpõem gerações e que são capazes de influenciar a maneira de pensar do homem ao longo da história.

Na confecção editorial das revistas, a coerção social aparenta ser mais usual, de certa forma. É conveniente para *Veja* e *Carta Capital* conhecerem os respectivos perfis de seus público-leitores, assim como o contrário. O leitor que procura a capa da revista *Veja* para adquirir já possui suas expectativas e suas inclinações. Ao longo deste processo, a ideologia peculiar a cada revista favorece a inserção de determinadas figuras e a abordagem de temas, com bases provocativas e críticas, que ultrapassam apenas o objetivo inicial de informar.

A polêmica se instaura inclusive na confrontação. O que Courtés (1979) nos sugere é que este embate ocorre a partir da instalação de sujeitos e antissujeitos. A confrontação caracteriza-se polêmica justamente no encontro entre eles, que como consequência pode acarretar transformações e trocas. A confrontação resulta da disputa por um objeto de valor entre sujeito e antissujeito. Esta concepção nos remete às manifestações que tem ocorrido desde 2012, por meio das quais é possível identificar uma colisão de ideias partidárias, uma resistência radical ao que é contrário e as tentativas de manipulação e direcionamento que cada lado tenta impor.

3. Sob a perspectiva da revista *Veja*

A revista *Veja* foi produzida pela primeira vez em 1968 pelos jornalistas Victor Civita e Mino Carta. Já no início, sua história sofreu impactos do regime militar, quando ainda no seu primeiro ano de existência vivenciou as consequências da censura, ao ter seus exemplares analisados pelo governo vigente.

A revista possui um conjunto de valores próprios e o material proposto representa o seu posicionamento, a partir da construção do simulacro dos adversários políticos, sancionados negativamente. São observadas referências à queda do Partido dos Trabalhadores e da ex-presidente Dilma Rousseff, com imagens e alusões à sua destruição, como será mostrado a seguir.

“A desqualificação de Dilma”

A capa da revista *Veja* sob análise inicial pertence à edição 2474 foi publicada três dias após a votação do processo de impeachment pela Câmara dos Deputados. A revista estampa o título “Fora do baralho” e logo abaixo, traz escrito: “Com ou sem vitória na batalha do impeachment, Dilma já perdeu a batalha do poder. Seu governo esfacelou-se e a presidente, abandonada pelos aliados, não comanda mais o Brasil”.

No nível discursivo, observamos uma debreagem enunciativa, que nos apresenta a um efeito de distanciamento e objetividade, que extrai a então presidente Dilma Rousseff do po-



Figura 1 – Revista Veja, edição 2474 de 20 abr. 2016
Fonte: Google imagens, 2020.

A capa organiza seu discurso por meio de uma tematização e uma figurativização particular para a construção de parte do sentido do texto. É possível perceber figuras emblemáticas como a faixa presidencial, que compõe a imagem principal, sendo esta uma versão fotográfica oficial da presidência da república. É importante salientar que esta imagem, centralizada na capa, é propositalmente rasurada. Esta rasura indica uma tentativa de retirá-la parcialmente de determinado local, o que se assemelha com a situação na qual a então presidente se encontrava, com a abertura do processo de impeachment. Cumpre ressaltar ainda que esta rasura remete a uma agressividade, sobretudo por estar simbolizada na face da então presidente Dilma Rousseff. Figurativizam-se, portanto, temas como uma democracia estremecida e a expressão “fora do baralho” já antecipa uma desqualificação de Dilma, descaracterizando-a de seu cargo de presidente.

No nível narrativo, determinado pelas transformações de estado, temos o sujeito, a presidente Dilma Rousseff, inicialmente em conjunção com seu objeto-valor (poder). Posteriormente a um evento transformador (abertura do processo de impeachment e votação pela Câmara dos Deputados), este sujeito passa a ficar em disjunção com o objeto-valor.

É importante mencionarmos acerca das relações transitivas, neste caso o objeto-valor “poder”, a interpretação que Fiorin (2017) nos apresenta: a circulação dos objectos (sic) é interligada à ação dos sujeitos que desempenham a manipulação. O autor metaforiza da seguinte forma:

A circulação dos objectos não é, portanto, qualquer coisa de mecânico e de evidente; semelhante a uma bola que, no momento de um jogo de futebol, muda continuamente de campo, o objecto-valor necessita de ser arremessado a apanhado pelos sujeitos performativos. (FIORIN, 2017, p.17)

Esta afirmação vai ao encontro de nossa perspectiva nesta análise. O objeto “poder” começa a transitar após a votação do processo pela Câmara dos Deputados, responsável por realizar a performance.

A ideia de representar Dilma como “carta fora do baralho” carrega consigo uma sanção negativa com relação à então presidente. Na classificação referente à interpretação veridictória dos estados da sanção cognitiva, ordenados como verdadeiros (que parecem e são), falsos (que não parecem e não são), secretos (que não parecem, mas são) e mentirosos (que parecem, mas não são), percebemos o primeiro estado mencionado, o verdadeiro, caracterizando uma figura política que parecia estar sendo destituída, eliminada, e de fato estava, a partir da votação do processo de impeachment. A destituição ocorreu porque a então presidente foi, na sanção, reconhecida como sujeito incompetente.

No nível narrativo, importam dois tipos de enunciados elementares: enunciados de estado e de fazer. No primeiro, o sujeito está em relação de conjunção ou disjunção com determinado objeto, e no segundo, ocorre uma transformação nesta relação estabelecida. O programa narrativo sinaliza esta mudança de estado após o enunciado de fazer “votação”, sendo antes uma relação de conjunção e posteriormente uma relação de disjunção, na qual tem-se Dilma Rousseff como sujeito excluído. Nesta exclusão, Dilma encontra-se em disjunção com relação aos demais políticos da base aliada e de oposição ao seu governo e com relação também ao próprio enunciador.

Há ainda uma correlação com a descontinuidade, ressaltada posteriormente no nível fundamental, quando confrontada com a continuidade, e a transformação de Dilma Rousseff (eleita democraticamente em outubro de 2014), ex-presidente destituída do cargo (acusada de crime de responsabilidade fiscal e improbidade administrativa). Esta descontinuidade é associada à mudança de estado, sustentação do nível narrativo, e pode ser associada inclusive ao caminho histórico da democracia no Brasil, percurso este marcado por decisivos acontecimentos.

Já no nível fundamental, podemos traçar uma oposição semântica pela relação de continuidade versus descontinuidade, referente à permanência ou não de Dilma Rousseff em seu cargo. A alusão a esta interrupção do mandato da ex-presidente, salientada pelas imagens e expressões escolhidas, configura esta descontinuidade. No nível fundamental, embasado por elementos mais abstratos e responsáveis pela produção e compreensão de determinado discurso, é o momento da análise fundamentado pela oposição. Logo, os termos continuidade e descontinuidade são elementos que se opõem, pois consideramos que para prevalecer a democracia, é necessária a permanência durante os quatro anos de mandato no cargo para o qual tenha sido eleito. Por outro lado, havendo a interrupção de determinado mandato, esta democracia é abalada, sofrendo interferências que marcam a descontinuidade.

De acordo com Fontanille (2007):

O quadrado semiótico apresenta-se como a reunião de dois tipos de oposições binárias em um só sistema que administra, ao mesmo tempo, a presença simultânea de traços contrários e a presença e a ausência de cada um desses dois traços. (FONTANILLE, 2007, p. 62).

Esta noção de binariedade a que o autor se refere nos leva a perceber o confronto de posições, como o próprio autor menciona, e que permite inclusive o discurso expandir e inventar novas contrariedades. (2007, p. 61). Diante disso, na sintaxe, nesse nível, prevalecem as operações de negação e de asserção. Neste caso, a categoria /continuidade/ vs. /descontinuidade/ indica a afirmação do poder em /continuidade/ no momento anterior à votação pela Câmara dos Deputados, a negação desta /continuidade/ após a votação e afirmação da /descontinuidade/ após a votação. O termo /continuidade/ pressupõe o termo /descontinuidade/. Na operação de negação a cada um dos contrários, encontramos dois contraditórios: /não-continuidade/ que é contrário de /continuidade/ e /não-descontinuidade/ que representa o contrário de /descontinuidade/, conforme ilustramos abaixo:

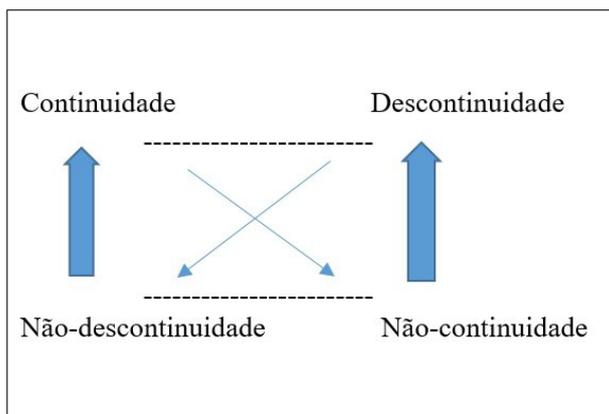


Figura 2 – Quadrado semiótico de Veja – continuidade vs. descontinuidade. Fonte: Próprio autor, 2020.

“A deterioração petista: a relação metonímica de uma trajetória em ruína”



Figura 3 – Revista Veja, edição 2478, 18 mai. 2016. Fonte: Google imagens, 2020.

A edição 2478 foi divulgada posteriormente à votação do processo de impeachment pelo Senado Federal. Nesta etapa, o processo de destituição já se encontrava em fase avançada. No dia 06 de maio daquele ano, o relatório elaborado pelo senador Antônio Anastasia (PSDB) foi aprovado pela comissão especial designada para avaliar o processo enviado pela Câmara dos Deputados. No dia 12 de maio o Senado decidiu pela abertura do processo. Dilma foi afastada de seu cargo. Esta edição aproveitou a nítida associação do governo exercido por Dilma desde 2010 à imagem de poder e influência que o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva representa para o Partido dos Trabalhadores. A deposição de Dilma expressou, naquele momento, o início do fim de uma era petista na condução do poder executivo no Brasil. A imagem do ex-presidente Luiz Inácio foi a escolhida para representar esta alusão à era petista e conseqüentemente o final deste ciclo, suscitado precocemente por uma forma incomum, validada pelo impeachment. Retratou-se a imagem em processo de deterioração, acompanhada do título “A ruína do PT”.

No que concerne às instâncias discursivas, é possível inferir uma debreagem actancial enunciativa, que projeta o Partido dos Trabalhadores (terceira pessoa do singular) em uma situação de destruição.

Esta edição propõe ao leitor duas figuras dispostas em uma: o rosto do ex-presidente Luiz Inácio desenhado em uma estátua que remete às obras greco-romanas, para construção do sentido atrelado à palavra “ruína” disposta abaixo na capa. Esta figura consegue promover uma ancoragem histórica, instituindo uma referência ao passado e remeter inclusive a uma ideia ditatorial do ex-presidente Lula e de seu partido durante tanto tempo no poder.

O governo petista, como já foi mencionado, desde 2003 esteve em conjunção com o objeto poder, após quatro sucessivas vitórias eleitorais (2002, 2006, 2010 e 2014). É sob este ponto de vista que adentramos na etapa narrativa, caracterizada pela transitividade entre os actantes e pelos enunciados de estado e enunciados de fazer. Estes últimos, responsáveis pela transformação, que no objeto de nossa análise, foi operada pelo Senado, após a votação pela Câmara dos Deputados, que acarretou uma mudança de estado: a então presidente Dilma afastada de seu cargo naquela ocasião. Dilma é colocada em disjunção com seu cargo e conseqüentemente o PT em disjunção com o poder.

Na construção deste programa narrativo, em que a votação pelo Senado afasta Dilma e seu partido do objeto-valor poder, deparamo-nos em uma função de privação inserida em uma relação transitiva. A competência deste programa de privação, é portanto, exercida pelo Senado Federal.

Considerando a perspectiva que engloba as quatro classes da tipologia da manipulação, a saber: tentação, intimidação, sedução e provocação, constatamos que nesta capa que colocamos sob análise, prevalece a última. A imagem de um ex-presidente (que é comumente associada a um partido de grande representação no país), comparada a uma estátua em processo de destruição representa, além de uma sanção negativa a tudo que o sujeito e seu partido simbolizam, o viés conivente com um acontecimento definido como “ruptura democrática” por Avritzer (2019).

A revista assume sua posição ideológica favorável ao processo de impeachment de Dilma Rousseff e utiliza, semanalmente, de forma sequencial, recursos para persuadir o enunciatário. Na base teórica de Greimas e Courtés (2020), temos que:

Quando se trata de uma manipulação segundo o saber, o manipulado é levado a exercer correlativamente um fazer interpretativo e a escolher, necessariamente, entre duas imagens de sua competência: positiva no caso da sedução, negativa na provocação. Quando se trata da manipulação segundo o poder, o manipulado é levado a optar entre dois objetos-valor: positivo, na tentação, negativo, na intimidação. (GREIMAS, COURTÉS, 2020, p. 302).

Esta afirmação se encaixa na base de nossa pesquisa por indicar os artifícios de que a revista faz uso: o fazer interpretativo, tão extenso, individual e polarizado, e a provocação, instaurada por meio de figuras que sancionam negativamente a atuação política dos representantes do Partido dos Trabalhadores.

Nas instâncias fundamentais e mais abstratas, percebemos uma oposição de vida *versus* morte, atrelada sobretudo à esta ideia de destruição. Assim, nesta edição a morte possui uma posição eufórica, e seu oposto vida, é qualificado disforicamente. A alteração recai ao Partido dos Trabalhadores: o período de autoridade e domínio negativo, na visão da Revista, dá lugar à destruição positiva. Neste caso, a categoria /vida/ indica a afirmação do poder, posteriormente negado por meio da inserção /morte/, no momento posterior ao afastamento de Dilma, após a tramitação do processo pelo Senado Federal.

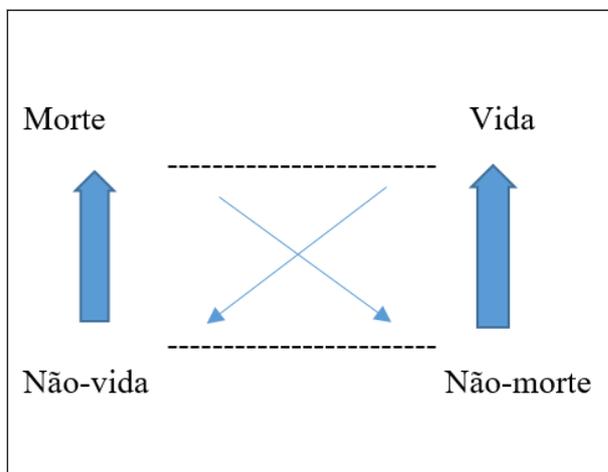


Figura 4 – Quadrado semiótico de Veja – vida vs. morte. Fonte: Próprio autor, 2020.

4. Sob a perspectiva da revista Carta Capital

Carta Capital é uma revista semanal, criada em 1994 pelo jornalista italiano Mino Carta. Inicialmente editada de forma mensal pela Carta Editorial, dois anos depois passou a ser comercializada quinzenalmente e com um formato direcionado a questões e análises políticas. Já em 2001, com tiragens semanais, ampliou sua linha editorial, apresentando conteúdos de cultura e economia. Desde 2005 é editada pela Editora Confiança e se vinculou ao Instituto Verificador de Circulação (IVC).

Nas eleições presidenciais de 2002 e 2006, demonstrou abertamente apoio à candidatura do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva. A revista comemorou quinze anos de existência em 2009 e organizou o seminário “O Brasil e a crise econômica mundial”, como parte dos eventos de celebração.

Em contraponto ideológico, as capas da revista Carta Capital optaram por comparar o processo de impeachment

ao golpe militar de 1964, representar com fotografias a conspiração política que acelerou o processo e enfatizar a figura de uma então presidente isolada.

“Ensaístas do golpe: a articulação dos antissujeitos”



Figura 5 - Carta Capital, edição 894 de 23 mar. 2016. Fonte: Próprio autor, 2020.

A primeira capa da revista Carta Capital que escolhemos analisar compõe a edição 894, veiculada em período anterior à votação do impeachment pela Câmara dos Deputados. Esta edição, intitulada “Os ensaístas do golpe”, recebeu no plano superior da imagem o rótulo de Edição Especial da Crise, justamente por fornecer um resumo do cenário desfavorável à Dilma naquela ocasião.

No início de nossa análise, identificamos uma debreagem enunciativa, em virtude da forma como situa os personagens em questão. Na capa, estão registradas as figuras de José Serra, Eduardo Cunha, Gilmar Mendes e Sérgio Moro e o símbolo da TV Globo. Logo abaixo, estão Dilma Rousseff e Lula, situados em outro cenário. Nesta debreagem não há especificamente uma localização temporal ou espacial, mas os personagens principais, apelidados de “ensaístas” encontram-se mencionados em terceira pessoa do plural. As figuras constituintes desta imagem, são acompanhadas ainda dos elementos “ensaístas” e “golpe”. Esta capa, em seu conjunto, foi projetada para figurativizar o aspecto sombrio e negativo que afligiu o processo de impeachment. A composição como um todo remete a um cenário de filme de terror, desde os tons escolhidos ao desenho das letras. É possível inferir uma temática relacionada à instauração de uma conspiração política, pressuposta pela imagem e pela qualificação dada pela revista.

Carta Capital constrói, com esta figurativização, uma espécie de enredo do terror. Esta narrativa é composta pelos sujeitos Lula e Dilma, que antagonizam com os antissujeitos, os intitulados “ensaístas”. O objeto de valor que justifi-

ca a ação no terror é a presidência exercida por Dilma. Esta ação, ou pelo menos enquanto tentativa, é caracterizada pelas especulações, artifícios e manobras desempenhados para atingir o objetivo final: a destituição de Dilma.

O símbolo da TV Globo foi inserido para fomentar uma crítica à todo aspecto manipulatório e tendencioso pelo qual o canal televisivo sempre foi julgado por espectadores e críticos, ou mesmo retratando a atuação midiática, que em geral, valeu-se dos assuntos referentes ao processo de impeachment para impulsionar o ibope de sua grade jornalística. Podemos sustentar é que a Globo seria o anti-manipulador mais ou menos oculto (tal como a Lua nos filmes de terror) que usa os políticos para agir contra o Lula e Dilma. Eduardo Cunha, no pleno exercício do cargo de presidente da Câmara dos Deputados foi responsável pelo início do processo de destituição, por aceitar o pedido e prosseguir com os trâmites necessários. José Serra, senador eleito pelo PSDB, já havia manifestado que teria voto favorável ao impeachment, assim que o processo chegasse ao Senado e naquele momento, era considerado um notável nome para assumir o Ministério das Relações Exteriores, na hipótese de o então vice-presidente Michel Temer assumir a presidência. O nome de Gilmar Mendes ganhou notoriedade por ocupar dois relevantes cargos durante o processo: ministro do STF (Supremo Tribunal Federal) e presidente do TSE (Tribunal Superior Eleitoral). Na direção deste último, Mendes foi o responsável pelo julgamento das contas de campanha da chapa de Dilma e Temer. Questionado sobre a legalidade do processo, o ministro caracterizou o adjetivo “golpe” como um jogo de retórica. (Fonte: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2016-08/gilmar-mendes-diz-que-processo-de-impeachment-e-constrangedor-e-vexatorio>, acesso em 11/06/2020).

Por fim, o juiz federal Sérgio Fernando Moro, responsável pela operação Lava-jato, considerada uma das principais ações de combate à corrupção no Brasil. Por meio desta atuação, dois anos após o ápice do impeachment, em 07 de abril de 2018, por meia desta operação, o ex-presidente Lula foi preso.

Estes cinco personagens são qualificados como “ensaístas”. Esta palavra figurativa “articulação”, estabelecida com o intuito de atingir determinado objetivo. E “golpe” contrapõe com toda e qualquer aproximação com democracia e neste contexto, elimina o caráter legal do impeachment. Assim, Lula e Dilma estão situados em um plano inferior da capa, posicionados sob uma iluminação de palco teatral que proporciona-lhes um foco e claramente são colocados como as vítimas da conspiração validada por José Serra, Eduardo Cunha, Gilmar Mendes e Sérgio Moro, na perspectiva apresentada pela revista. É válido ressaltar que Serra é o único que parece ter a imagem manipulada de modo mais evidente (com os olhos claros). É possível notar ainda o aspecto mais iluminado circundando as figuras de Dilma e Lula e o oposto, permeado por tons mais azulados e escuros os antagonistas. Estas tonalidades distintas sugerem a inserção dos respectivos valores para cada grupo de atores: o bem e o mal, o progresso e o retrocesso

No nível narrativo, a princípio chama a atenção a vinculação entre os antissujeitos do projeto político representado por Lula e Dilma (os cinco nomes na imagem esboçados) e os próprios sujeitos (Dilma e Lula). Conforme discorre Greimas em um prefácio para Courtés (1979), esta relação é baseada em uma hierarquia estabelecida na relação dominante/dominado. Neste caso, entende-se como

dominantes os potenciais “articuladores” e dominados os sujeitos Dilma e Lula.

Fica claro na imagem que se trata de uma relação nada amistosa e portanto os sujeitos apresentados situam-se como adversários. O “fazer desejado” sugerido por Greimas é o encerramento do ciclo de poder petista, representado na imagem dos dois representantes do partido que conquistaram a presidência da república. Encontra-se incutida uma manipulação, caracterizada nesta circunstância pela intimidação e portanto validada negativamente, instigando o dever-fazer.

O objeto em transição nas relações de conjunção e disjunção neste caso é a sustentação do Partido dos Trabalhadores (caracterizado pelo valor “poder”), simbolizado na capa por Dilma e Lula. Não se trata apenas da imagem da então presidente Dilma, para associarmos a presidência como especificamente o objeto em disputa e em relação de transitividade. A presença de Lula na composição agrega uma força maior na representação: o objetivo não é limitado a formular articulações e conjunturas para eliminar Dilma, mas sim aniquilar todo o contexto no qual ela sempre foi inserida juntamente a seu partido político. Além disso, vale destacar que o “poder” é presença frequente no decorrer das análises, tanto de Carta Capital quanto de Veja. É o poder de Dilma, de Lula e do Partido dos Trabalhadores que está ameaçado com a abertura do processo de impeachment e por isto aparece tantas vezes sob o holofote da mídia. Sendo assim, o “poder” é um valor que de uma forma ou de outra circula nas análises, seja acompanhando o cargo de Dilma, a presidência da república, a sustentação do PT, enfim, a maioria dos objetos que podemos depreender das análises. Temos, portanto, um cenário em que Dilma e Lula estão em conjunção com o objeto-valor estrutura petista, enquanto sustentação do partido, designada como valor eufórico nesta etapa semântica. Em decorrência das articulações e das supostas tentativas de desvinculação, à medida que o processo de deposição avança, a mídia acompanha, a população reage indo às ruas manifestar, os dois principais representantes petistas começam a entrar em disjunção com a sustentação do partido no poder e são sancionados negativamente.

No nível fundamental, que tem como base principal uma categoria semântica constituída por oposição, opera-se um contraste entre vida e morte. A morte, representada pelos três políticos filiados a partidos de “direita”, TV Globo e o então Juiz Federal Sérgio Fernando Moro; e vida, representada por Dilma e Lula. Estes, vale lembrar, ao longo de seus mandatos, foram responsáveis pela criação de programas de expansão do ensino público, bem como fomento de bolsas de estudo e de pesquisa, além de programas sociais, leis e decretos que favoreceram (e assim permanecem), uma grande parcela da população, social e economicamente desfavorecida e desprestigiada em governos antecessores.

Na ocasião em que a edição da revista foi elaborada, bem como sua capa, podemos observar uma disputa simbólica os dois campos políticos: quem vive e quem morre politicamente falando. Além disso, reforça-se essa ideia de vida *versus* morte porque um vampiro (como Serra ou as demais figuras) representa essa negação da vida.

Nas operações, portanto, temos /vida/ pressupondo /morte. O termo /vida/ é contrário a /não-vida/ e /morte/, contrário a /não-morte/. Logo, /não-vida/ e /não-morte/ são contraditórios entre si, como podemos ilustrar abaixo:



Figura 6 – Quadrado semiótico de Carta Capital – vida vs. morte
 Fonte: Próprio autor, 2020.

“Republiqueta das bananas e a desqualificação da democracia”

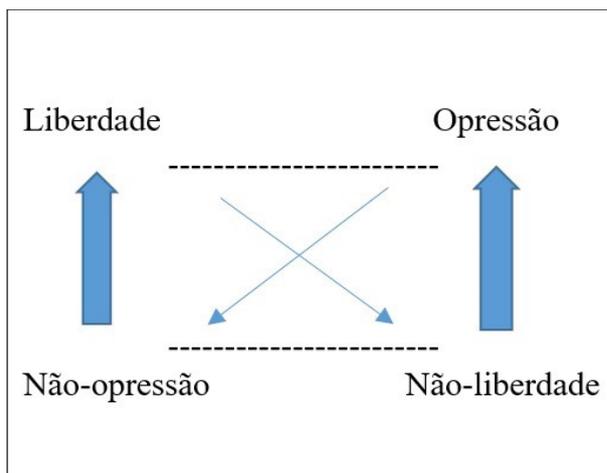


Figura 7 – Carta Capital, edição 898 de 19 abr. 2016. Fonte: Próprio autor, 2020.

A revista Carta Capital trouxe em sua edição 898, veiculada em 19 de abril de 2016, (data posterior à votação do impeachment pela Câmara dos Deputados) o título “Republiqueta das bananas” juntamente a uma imagem da cantora Carmen Miranda. Na parte superior da capa, está escrito: “Exclusivo: Meire Poza, a contadora de Youssef e os documentos que revelam os bastidores ilegais da operação Lava Jato”.

No nível discursivo, nota-se uma debreagem enunciativa. A expressão “Republiqueta das bananas” refere-se ao termo criado em 1904 por William Sydney Porter, escritor americano, mais conhecido pelo pseudônimo de O. Henry. O escritor criou esta expressão em um conto cuja história se passou no país fictício “Anchuria”.

Segundo historiadores, a “república das bananas” era na verdade o país de Honduras, que na época, produzia grande volume de bananas e dependia comercial e econômica-

mente de empresas americanas. Honduras é relacionada ainda a golpes de Estado, como o ocorrido em 2009, por meio do qual o então presidente Manuel Zelaya foi deposto de seu cargo. A expressão foi utilizada também na filmografia da cantora Carmen Miranda, em 1939, na obra “Banana da terra”. Desta vez, o enredo se passava em “Bananolândia”, cidade que havia produzido uma quantidade excessiva de banana e não conseguia vender toda a produção da fruta. O termo “republiqueta”, é usado inclusive por meio de sufixo diminutivo, para “empobrecer” ainda mais a ideia a que se refere.

Na capa em questão, a edição faz uma crítica ao período pré-impeachment na ocasião da publicação, traçando paralelos condizentes com a figurativização de temas que fazem referência à subordinação política e a uma circunstância política considerada enfraquecida pela revista. A expressão conduz a um conceito de apatia e indiferença por parte da população, no que diz respeito aos cenários político e econômico.

No nível narrativo, utilizado para caracterizar as transformações de estado, podemos analisar o sujeito Brasil em conjunção com o objeto-valor democracia, ou mesmo soberania. Após a instauração de um evento transformador (abertura do processo de impeachment e votação pela Câmara dos Deputados) este sujeito entra em disjunção com o objeto-valor.

Esta edição da revista Carta Capital promove uma sanção negativa contra a democracia, considerando o estado resultante “mentiroso”, que representa o sentido de que algo parece, mas não é.

No nível fundamental, temos uma oposição semântica de liberdade *versus* opressão. Nas operações sintáticas de asserção e negação observa-se a seguinte relação: a categoria /liberdade/ determina a afirmação da democracia, da competência e poderio da então presidente Dilma Rousseff anterior à votação do processo pela Câmara dos Deputados. Em seguida, tem-se a negação desta /liberdade/, o que coloca em risco e desestabiliza o governo da então presidente e, por fim, a afirmação da categoria /opressão/ após o fim da votação.

O termo /liberdade/ pressupõe o termo /opressão/. Na operação de negação a cada um dos contrários, existem os contraditórios: /não-opressão/ que é contrário de /opressão/ e /não-liberdade/ que indica o contrário de /liberdade/. Estes movimentos podem ser assim esquematizados:

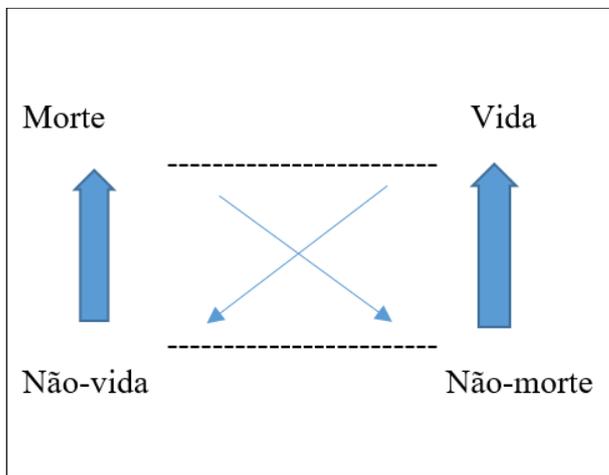


Figura 8 – Quadrado semiótico de Carta Capital – liberdade vs. opressão. Fonte: Próprio autor, 2020.

Considerações finais

A partir da análise que realizamos, podemos inferir inicialmente que cada revista possui uma organização narrativa distinta, a partir da qual cada enunciador vai se posicionar em diferentes espectros ideológicos e políticos sobre o acontecimento “impeachment”.

Assim, a revista *Veja* apresenta uma sanção agressiva em relação ao sujeito Dilma Rousseff, figurativizando um gesto que visa a apagá-la do momento político do país. Já *Carta Capital* propõe uma sanção sobre o processo político e democrático brasileiro por um viés irônico, na medida em que retoma o tema do país que não possui um democracia plena com instituições que primam pela impessoalidade. A oposição vida *versus* morte emerge em ambas, cada uma com suas respectivas relações.

Fazendo uso da semiótica, conseguimos perceber oposições, transformações, sucessões e rupturas inerentes ao processo de destituição. Percebemos uma afinidade entre semiótica, que nos oferece mecanismos de análise, e política, que nos circunda em suas significações que nos afeta frequentemente.

Os discursos nos rodeiam a todo tempo. Materializam a vida com aquilo de que ela também é constituída: a polêmica, o inesperado, a transformação e a transitividade.

As conjunções e disjunções estão presentes na política. Aliás, a política é relação de junção. O poder é um objeto valor cobiçado e disputado a qualquer preço, com articulações e objetivos, que oscilam em suas relações de transitividade. Semiótica é oposição. Política também. Do mais complexo ao abstrato, traçamos um percurso sinuoso e abrangente. A semiótica é constituída de etapas. O uso das cores, das formas e dos espaços ilustram e agregam nossos estudos. Semiótica é escolha. E as imagens, as capas, as manchetes, passam pelas bancas e chegam às estantes. Uma capa vai tornando a outra menos lembrada ou um pouco menos importante. Afinal de contas, o atual prevalece no imaginário e na lembrança. Mas não podemos nos esquecer da história e de tudo que a compõe.

É preciso resgatar a história, seja por imagens, textos, fotografias, enfim, seja qual for o objeto produzido e estar atento à construção do sentido, para ampliarmos nossa percepção. Assim, é possível curvar-se a uma manipulação, ou dela se esquivar.

O impeachment de Dilma é inerente à história do Brasil. Deixou reflexos, sombras, lembranças e sobretudo transformação. Não apenas a transformação do nível narrativo da semiótica, com sua a sanção negativa de um sujeito, desqualificado de seu posto, mas também uma transformação política contestada e polêmica. A polêmica de que pode tratar a semiótica, a polêmica alimentada por esquerda *versus* direita, em uma polarização fortalecida em 2003, expandida em 2015 e predestinada a permanecer na história do Brasil.

Referências Bibliográficas

AVRITZER, Leonardo. **O pêndulo da democracia**. São Paulo: Todavia, 2019.

_____. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2005.
A.J. Greimas; J. Courtés. **Dicionário de semiótica**. 2 ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2020.

BARROS, D. L. P. de. **Teoria do discurso: fundamentos semióticos**. Atual, 1988.

COURTÉS, Joseph. **Introdução à Semiótica: narrativa e discursiva**. Coimbra: Livraria Almedina, 1979.

FIORIN, J. L. **Linguagem e ideologia**. 6. ed. São Paulo: Ática, 1998.

FONTANILLE, Jacques. **Semiótica do discurso**. 2ª ed. Editora Contexto, 2007.

GREIMAS, A. J. **Sobre o sentido II**. Ensaios semióticos. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

LANDOWSKI, E. **Presenças do outro: ensaios de socios-semiótica**. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado**. 1 ed. Rio de Janeiro: Leya, 2016.

TATIT, Luiz. **Análise semiótica através das Letras**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

TSE Notícias. **Plenário do TSE proclama resultado definitivo do segundo turno da eleição presidencial**. Brasília, 2014. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2014/Dezembro/plenario-do-tse-proclama-resultado-definitivo-do-segundo-turno-da-eleicao-presidencial>>. Acesso em: 26 agos. 2019.

**Paulo Fernando de Carvalho Lopes
Mariana Gomes dos Santos**

Universidade Federal do Piauí
Brasil

Radiophonic genders in brazilian publi webrad programming

This article analyzes the radio genres present in the programming of two Federal Public Universities web radios: Rádio Ponto UFSC, from Universidade Federal de Santa Catarina, and Webrádio UFABC, from Universidade Federal do ABC Paulista. It seeks to trace differences and similarities in the programming of university web radios considering the geographical and representation context of the South and Southeast regions of Brazil. Qualitative and quantitative research was carried out from the visit and listening to the programs on the website of the two broadcasters. The classification of radio genres is made following the proposal of Barbosa Filho (2003) and Nair Prata (2008). Among the main considerations of this article, we can highlight that the two broadcasters have different proposals, where one occupies 90% of the programming grid with the journalistic genre and the other occupies 90% of the grid with the entertainment genre, especially with musical programs.

Gêneros radiofônicos em programações de webrádios públicas brasileiras

Este artigo analisa os gêneros radiofônicos presentes na programação de duas webrádios de Universidades Públicas Federais: a Rádio Ponto UFSC, da Universidade Federal de Santa Catarina, e Webrádio UFABC, da Universidade Federal do ABC paulista. Busca-se traçar diferenças e semelhanças na programação de webrádios universitárias considerando o contexto geográfico e de representação das regiões Sul e Sudeste do Brasil. Pesquisa de natureza quali-quantitativa, foi realizada a partir da visita e escuta dos programas no site das duas emissoras. A classificação dos gêneros radiofônicos é feita seguindo a proposta de Barbosa Filho (2003) e Nair Prata (2008). Entre as principais considerações deste artigo podemos destacar que as duas emissoras possuem propostas diferentes, onde uma ocupa 90% da grade de programação com gênero jornalístico e a outra ocupa 90% da grade com o gênero entretenimento, sobretudo com programas musicais.

Keywords

Radio Genres; Webrádios; Federal Universities

Palavras-chave

Gêneros radiofônicos, Webrádios,
Universidades federais

Introdução

O rádio é um meio de comunicação que desde o princípio soube adaptar-se às inovações tecnológicas de cada tempo. Ao longo de quase 100 anos de existência no Brasil, três a cada cinco ouvintes revelam ainda escutar o veículo todos os dias, com uma média diária de 4h40min, conforme aponta uma pesquisa realizada em setembro de 2018 pelo Instituto Kantar Ibope Media.

Com as mudanças sociais produzidas pelas tecnologias, a internet e o fenômeno da convergência das mídias, o rádio passou por mais uma reconfiguração e transformou-se em um meio de comunicação expandido e hipermediático (KISCHINHEVSKY, 2016; LOPEZ, 2010). Nesse cenário, o veículo, que antes tinha um poder de alcance limitado ao sinal das ondas hertzianas, ao entrar na internet adquiriu novas características e passou a ser acessado por qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo.

Escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas, desde a década passada, o veículo também se amalgama à TV por assinatura [...]; ao satélite [...]; e à internet, onde aparece com a rede mundial de computadores ora substituindo a função das antigas emissões em Ondas Curtas, ora oferecendo oportunidade para o surgimento das chamadas webrádios ou, até mesmo, servindo de suporte a alternativas sonoras assíncronicas como o podcasting (FERRARETTO, 2007, pp. 5-6).

À vista disso, o presente artigo faz uma discussão sobre as webrádios, bem como suas principais características, programação e gêneros radiofônicos (BARBOSA FILHO, 2009; PRATA, 2008). Um estudo comparativo entre duas webrádios, Rádio Ponto UFSC e a Webrádio UFABC, de Universidades Federais é importante para ver como elas em regiões distintas apresentam seus modos de entender a produção universitária para webrádio, ou ainda, o conceito de webrádio para cada uma. Assim, esse artigo analisa os programas e as grades de programação dessas duas web emissoras, com o objetivo de classificar os gêneros radiofônicos, e conhecer os formatos e as temáticas que envolvem a programação das webrádios universitárias do Sul e Sudeste brasileiro.

Por ser uma pesquisa quali-quantitativa, foi realizado o levantamento de dados nos sites das emissoras, analisando as programações, separando os programas e classificando os gêneros e comparando a Rádio Ponto UFSC e Webrádio UFABC no ano de 2018. A partir da programação cadastrada nas homepages, os áudios de cada programa foram ouvidos e categorizados para posterior descrição e análise de cada um; foi levado em consideração as temáticas; os formatos e os horários. Para poder chegar a classificação dos gêneros radiofônicos, foi preciso mesclar a proposta de Barbosa Filho (2009) com Prata (2008), uma vez que a autora sugere ampliar o espectro da problemática dos gêneros radiofônicos a partir dos novos gêneros advindos da web.

Webrádios

A webrádio pode ser entendida como uma emissora que só pode ser acessada via internet. Para sintonizá-la basta o ouvinte acessar um endereço eletrônico do seu computador ou do seu smartphone, e se conectar ao botão play, exposto na maioria das páginas de rádio na internet. Na homepage, geralmente, o ouvinte encontra o nome da web emissora, o slogan, a programação e vários hiperlinks que redirecionam a página para outros conteúdos desenvolvidos pela rádio. Bufarah Júnior (2003, pp. 3-4) descreve as webrádios como “as rádios virtuais que se estabeleceram na internet como sites, integrando áudio, vídeo, textos e fotos a uma programação que garante acesso a serviços diferenciados, além de uma estética que tenta privilegiar a possível interatividade entre os ouvintes e a emissora”. Prata (2008, p. 60) caracteriza as web emissoras a partir das várias novidades que são oferecidas por elas, como serviço de busca, previsão do tempo, chats, podcasts, biografias de artistas, receitas culinárias, fóruns de discussão e letras cifradas de músicas. É importante destacar que para a criação de uma emissora de rádio na internet não há a necessidade de solicitar concessões ao Governo Federal assim como as hertzianas precisam fazer para se tornarem emissoras legais. Além disso, as webrádios também não demandam altos investimentos iniciais e nem grandes estruturas de funcionamento com muitas equipes de profissionais. Assim, a webrádio tem um processo muito menos burocrático e por sua característica não apresenta fronteiras geográficas para a transmissão. Quanto à programação das webrádios podemos afirmar que é composta por músicas, notícias, promoções, enquetes, esporte, prestações de serviço, além de outras atividades sonoras, textuais e imagéticas. Desse modo, as possíveis combinações resultantes da união de características do rádio e da internet, segundo Bufarah Júnior (2003), apontam para a potencialização da programação radiofônica nesse novo ambiente. Partilhando do mesmo pensamento, Prata (2008, p. 226) explica que na internet essas emissoras possuem mais liberdade para direcionar a sua programação para determinados segmentos de público, tendo em vista que as web emissoras não possuem regras que determinem o seu funcionamento.

A internet já está se tornando um amplo espaço virtual para a proliferação das webrádios, altamente segmentadas ou de conteúdo ideológico específico, dada a dificuldade de se conseguir a concessão governamental no meio hertziano. Assim, as emissoras analógicas que migram para a web, mesmo tendo a concessão, sabem que na internet é possível fazer qualquer tipo de programação sem interferência estatal (PRATA, 2008, p. 226).

Ainda sobre a programação no âmbito das webrádios, vale ressaltar que essas emissoras podem trabalhar as suas programações de duas maneiras distintas: focadas em uma programação regional, buscando atingir o público local, ou centradas na (des)regionalização, sem ter um público-alvo específico.

O modelo de webrádio com foco regional, conforme Cordeiro (2004, p. 7), “trabalha com segmento bem focado em uma programação regional, voltada a atender os anseios deste público, trazendo também uma carga informacional a fim de atender esta demanda bem específica regional”. Sobre as emissoras de rádio na internet com foco em públicos não locais a autora pontua que essas devem atuar sob duas vertentes: ou a rádio tem que estar localizada em uma

região turística, ou deve trabalhar segmentos muito específicos para poder explorá-la comercialmente e obter êxito. O radiojornalismo desenvolvido pelas emissoras de rádio da internet é outro ponto importante para destacarmos. Tendo em vista que a web proporciona recursos multimídia para a construção de novas narrativas jornalísticas, o radiojornalismo em torno das webrádios tem a capacidade de integrar os conteúdos que são veiculados na programação sonora com os conteúdos textuais e imagéticos que ficam distribuídos pelo site; pois, dessa forma o ouvinte-internauta consegue aprofundar-se nos conteúdos através dos links que redirecionam para a leitura de textos, visualização de fotos e imagens.

Gêneros radiofônicos

Entrando para a temática dos gêneros radiofônicos, Barbosa Filho (2009, p. 61) declara que “os gêneros na área da comunicação podem ser entendidos como unidades de informação que, estruturadas de modo característico, diante de seus agentes, determinam as formas de expressão de seus conteúdos, em função do que representam num determinado momento histórico”.

Antes de passarmos para a classificação dos gêneros é necessário deixarmos claro a diferença conceitual dos termos “gêneros radiofônicos” e “formatos radiofônicos”. Dessa forma, Sena e Pereira (2014) explicam que:

Os gêneros radiofônicos correspondem a uma classificação mais ampla e geral visando atender às expectativas dos ouvintes. Enquanto os formatos radiofônicos apresentam um caráter mais restrito da mensagem produzida pelo rádio e se constituem como modelos que podem incorporar programas desenvolvidos no interior dos variados tipos de gêneros radiofônicos (SENA, PEREIRA, 2014, p. 10).

Barbosa Filho (2009) classifica os gêneros radiofônicos em sete: gênero jornalístico; gênero educativo-cultural; gênero de entretenimento; gênero publicitário; gênero propagandístico; gênero de serviço e gênero especial. Para este artigo, destaca-se os dois principais gêneros encontrados após análise da programação das duas emissoras.

O gênero jornalístico é um instrumento do rádio que leva a informação ao ouvinte por meio de vários formatos. Assim, Barbosa Filho (2009) identifica 13 formatos do gênero jornalístico: notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa político, programa esportivo e divulgação tecnocientífica.

O gênero entretenimento permite uma maior aproximação do ouvinte, já que os conteúdos são produzidos conforme as expectativas do público. Este pode ser composto por programa musical, programa ficcional, programete artístico, evento artístico e programa interativo de entretenimento.

Ainda com relação aos gêneros radiofônicos, Nair Prata (2008, p. 7) destaca que a webrádio apresenta uma constelação de gêneros que abriga os formatos antigos, os novos e, ainda, os híbridos. Segundo a autora, os cinco novos gêneros que surgiram por meio da internet são: chat, e-mail, endereço eletrônico, enquete e fórum.

O chat pode ser entendido como uma conversa eletrônica que acontece imediatamente entre usuários de uma mesma rede. Nas webrádios, o chat online permite ao visitante “mandar um alô” para os outros ouvintes e pedir para que

sua música preferida toque na programação.

O e-mail enquanto gênero é facilmente compreendido se for observado nas páginas das emissoras o espaço destinado ao contato direto com o veículo de comunicação. É através do e-mail no site da webrádio que o visitante pode enviar sugestões de pautas, comentar sobre a emissora e etc. O endereço eletrônico é considerado um novo gênero na web porque é a partir dele que as emissoras de rádio na internet podem ser acessadas. Prata (2008, p. 200) afirma que, quando a webrádio oferece ao público um endereço na web está oferecendo também todos os signos inerentes ao modelo digital.

A enquete na webrádio se diferencia da no rádio hertziano pelo simples fato de que, no meio on-line, qualquer internauta pode participar e dar a sua opinião sobre o assunto em destaque, enquanto que, nos veículos tradicionais, a emissora é que faz a seleção dos participantes para compor a programação.

O fórum é o último gênero considerado novo no ambiente digital. Ele permite aos usuários criar um espaço de debate na página, em que os internautas aproveitam o ambiente para comentar determinados assuntos. Por meio do fórum o visitante pode observar a pauta em questão, expor sua opinião e comentar as considerações dos demais ouvintes.

Rádios Universitárias

Já que esta pesquisa gira em torno da análise dos programas de duas webrádios universitárias – a Rádio Ponto UFSC, da Universidade Federal de Santa Catarina, e a Webrádio UFABC, da Universidade Federal do ABC paulista – é necessário trazermos aqui o conceito e os princípios que regem esse tipo de emissora. Nesta perspectiva, de maneira bem simples, podemos dizer que as rádios universitárias são consideradas espaços destinados a diferentes públicos, e possuem o papel de reconhecer e valorizar a pluralidade cultural.

As emissoras universitárias são também instituições de caráter público e por isso devem oferecer uma programação diferenciada, educativa e que cubra a maior parcela possível da população. Mais do que entreter, essas rádios priorizam informações de interesse público e as veiculam de uma forma instrutiva e didática. Além disso, as rádios universitárias destacam os conteúdos imanados da universidade e assim dialogam tanto com a comunidade acadêmica como com a comunidade externa à instituição.

Outra característica dessas emissoras é que elas podem ser utilizadas como um espaço de aprendizagem e experimentação laboratorial para os estudantes da academia. À vista disso, Deus (2003, p. 312) afirma que:

É na atividade laboratorial desenvolvida na emissora de rádio da universidade que os estudantes ultrapassam os estreitos espaços da sala de aula e da avaliação do professor. Aprendem que no rádio não existem espaços em branco, frases recheadas de adjetivos e que a mensagem radiofônica é fruto de um excelente conhecimento da língua, da agilidade na interpretação do fato e no rigor da pesquisa jornalística. Acabam por dividir com a sociedade o seu fazer e a sua avaliação.

Para além do caráter laboratorial, é importante ressaltarmos que as rádios universitárias de universidades federais do Brasil encontram-se dentro de um sistema de radiodifusão pública, e por isso devem obedecer às exigências

educacionais e técnicas estabelecidas pelo Governo Federal. Dessa forma, uma rádio educativa deve promover a comunidade, satisfazendo suas necessidades e seus interesses, sem deixar de atender às minorias que também fazem parte da mesma sociedade.

A emissora educativa tem como uma de suas funções a valorização e a preservação da memória histórica e cultural da comunidade da qual é parte. A abertura de espaço em sua programação para expressões da cultura local, regional e nacional, além da divulgação do registro dos fatos e dos personagens de destaque ao longo do tempo, e de seus tipos anônimos característicos, faz-se indispensável, uma vez que não há a mínima possibilidade de inserção, nas emissoras comerciais e nas grandes redes de comunicação, desse tipo de registro. (BLOIS, 2003, p. 10).

É importante ressaltar que ao contrário das emissoras de rádio que atuam somente na internet, as rádios universitárias que operam em Frequência Modulada (FM) ou em Amplitude Modulada (AM) necessitam da aprovação do Governo Federal para entrarem em funcionamento. Nesse caso, as instituições de ensino superior possuem privilégios para a obtenção de outorgas, desde que a emissora realize a transmissão de programas do gênero educativo-cultural. Desse modo, Lopes (2011, p. 9) explica que “os programas de caráter recreativo, informativo ou de divulgação desportiva poderão ser considerados educativo-culturais se neles estiverem presentes elementos instrutivos ou enfoques educativo-culturais identificados na sua apresentação”.

Com relação às emissoras universitárias da internet, mesmo sem terem que seguir obrigatoriamente um conjunto de regras como as hertzianas, geralmente, elas adotam o mesmo princípio quanto à programação educativa. No ambiente online, as web emissoras ainda podem enriquecer as discussões de caráter educativo a partir da integração de elementos sonoros, textuais e imagéticos.

A programação das webrádios segundo a perspectiva do gênero. Rádio Ponto UFSC

A Rádio Ponto UFSC é uma emissora de rádio na internet da Universidade Federal de Santa Catarina. Na rede desde 1999, ela foi uma das primeiras webrádios universitárias que surgiram com caráter informativo no país.

Nascida da necessidade de ter um canal para divulgar as produções dos alunos, o veículo é fruto do Trabalho de Conclusão de Curso das alunas Fabiana de Liz e Sabrina Brognoli D’Aquino, orientadas pelos professores Eduardo Meditsch e Maria José Baldessar. De acordo com Thibes (2014, p. 98), “não havia a possibilidade de se ter uma emissora convencional porque a lei que criou a Radiobrás impedia a concessão de novos canais para a criação de emissoras universitárias nas instituições federais. Então, a criação de uma webrádio foi a solução”.

Basicamente todos os programas que compõe a grade de programação da Rádio Ponto UFSC são produzidos pelos alunos do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Catarina, sob supervisão dos professores da disciplina de Radiojornalismo. Na época em que a pesquisa foi desenvolvida, a emissora veiculava 11 programas inéditos produzidos no semestre, além de outras produções transmitidas ao longo dos 18 anos da webrádio. Cabe destacar que no momento da coleta de dados, ocorrido em

maio de 2018, não conseguimos ter acesso ao novo site da emissora; entretanto, a partir das redes sociais da webrádio identificamos que a programação estava disponibilizada na plataforma *Mixcloud*.



Figura 1 — Página inicial da Rádio Ponto UFSC. Fonte: Rádio ponto (2018).

Iniciando a programação semanal da Rádio Ponto UFSC, o Senta Que Lá Vem a Notícia é um programa do gênero jornalístico que vai ao ar as segundas-feiras a partir das 16h30. Com duração de 15 minutos, o radiojornal é apresentado pelos alunos do curso jornalismo, e utiliza-se dos formatos entrevista e reportagem para tratar de temáticas que podem ser ou não do cotidiano da instituição. O Senta Que Lá Vem a Notícia é uma importante ferramenta de experimentação para os estudantes, assim como uma fonte de informação tanto para a comunidade interna ou externa à Universidade.

Também às segundas-feiras, quinzenalmente às 19h, a Rádio Ponto transmite o Bola na Trave, um programa de gênero misto que pode ser enquadrado como jornalístico e educativo-cultural. O programa esportivo é também um programa temático, que aborda as novidades do mundo do futebol por meio de notícias, comentários e debates. O Bola na Trave é transmitido estrategicamente às segundas-feiras para atualizar o ouvinte que não pode acompanhar os campeonatos de futebol que ocorreram no final de semana. O Lança Perfume é outro programa que compõe a grade de programação da segunda-feira na Rádio Ponto UFSC. A atração também vai ao ar quinzenalmente às 19h através de um rodízio com o Bola na Trave. Por ser um programa temático, educativo, que realiza entrevistas para promover reflexões sobre assuntos relacionados ao mundo feminino, o Lança Perfume pode ser considerado de gênero misto, classificado como jornalístico e educativo-cultural. Nas duas últimas edições veiculadas foram debatidos os assuntos empoderamento feminino e machismo. O programa é uma iniciativa muito importante que visa o combate à violência contra a mulher.

A grade de programação da terça-feira na Rádio Ponto UFSC transmite o boletim O Som da Notícia a partir das 16h30. O programa do gênero jornalístico é mais uma produção dos estudantes do curso de jornalismo da instituição, e geralmente traz notícias rápidas sobre eventos e pesquisas desenvolvidas pela Universidade. O Som da Notícia cumpre com a proposta de divulgação científica, que é um dos deveres de uma rádio universitária.

O Grid de Largada é mais um programa esportivo que compõe a programação da Rádio Ponto UFSC. Veiculado às terças-feiras a partir das 18h, o programa temático aborda tudo sobre Fórmula 1. Assim como o Bola na Trave, o Grid de Largada pode ser classificado no gênero jornalístico,

por ser uma atração esportiva, e no educativo-cultural, por tratar de um tema específico. O programa ajuda na divulgação de uma cultura muito forte na região sul do Brasil, que é o esporte da fórmula 1.

O Fora do Aquário é apresentado nas quartas-feiras, às 11h, levando informações do Brasil e do mundo para os ouvintes. No quadro Papo Sériô, são comentadas as informações que foram destaques no país durante a semana; enquanto que no Sai da bolha, os estudantes fazem uma análise do cenário político nacional e internacional. O Fora do Aquário é um programa do gênero jornalístico que promove debates e reflexões importantes sobre questões mundiais.

O Cine Ponto vai ao ar sempre às 18h, nas quartas-feiras, e consiste em comentários de assuntos relacionadas ao mundo da sétima arte. Nele, é exibido o quadro “Por trás das telonas”, que apresenta notícias sobre tudo o que acontece nas gravações dos filmes. Antes de finalizar cada edição, os alunos divulgam a Agenda Cultural da Semana, dando dicas de filmes para os ouvintes. De acordo com os gêneros radiofônicos elencados por Barbosa Filho (2009), podemos classificar o Cine Ponto como sendo do gênero jornalístico e educativo-cultural. O programa é um instrumento de incentivo ao consumo da cultura cinematográfica.

O Esquina Paranoia é o um programa temático, do gênero educativo-cultural, que aborda os diversos assuntos do cenário musical. É exibido quinzenalmente, nas quartas-feiras, às 19h, e também pode ser enquadrado como jornalístico, por apresentar entrevistas com personagens no estúdio. O Esquina Paranoia dá espaço aos artistas locais para divulgarem seus trabalhos e assim contribui com a cultura da região.

O De Copa na Mão revela as diferentes culturas e curiosidades dos países que estavam disputando em 2018 a Copa do Mundo na Rússia. O quadro “Que time foi esse?” descreve uma seleção de futebol que foi destaque nas Copas anteriores. O Zona Mista é outro quadro que traz as principais informações do campeonato na Rússia. Por ser esportiva e temática, a veiculação se enquadra no gênero jornalístico e no educativo-cultural. O programa ia ao ar nas quintas-feiras, às 11h, e promovia a cultura de vários cantos do mundo. No programa Insira a Ficha, o ouvinte da Rádio Ponto UFSC acompanha as principais notícias do mundo dos games. A atração é transmitida nas tardes das quintas-feiras, a partir das 17h30, e realiza comentários sobre os jogos de maior sucesso no mundo. O Insira a Ficha pode ser classificado como do gênero educativo-cultural e ajuda a divulgar o universo da cultura *geek*.

O Ponto de Encontro fecha a programação semanal da emissora nas sextas-feiras às 18h. O programa consiste em uma mesa-redonda que discute assuntos relacionados ao esporte em geral. Seguindo a classificação dos gêneros radiofônicos propostos por Barbosa Filho (2009), o Ponto de Encontro enquadra-se nos gêneros jornalístico e educativo-cultural. O programa é mais uma ferramenta que ressalta a importância do esporte para a sociedade.

Sobre os novos gêneros radiofônicos apresentados por Prata (2008), ao analisarmos o antigo site da Rádio Ponto UFSC não conseguimos identificar a presença de um espaço de interação entre os ouvintes – o que seria o chat – também não encontramos enquetes na página, nem fóruns de discussão ou ainda o e-mail como forma de entrar em contato com a emissora. Sendo assim, ressaltamos que o endereço eletrônico foi o único gênero mencionado por Prata (2008) que identificamos no site da Rádio Ponto UFSC.

Webradio UFABC

A Webrádio UFABC é uma emissora da Universidade Federal do ABC paulista, localizada na cidade de Santo André (SP). O projeto da rádio *web* foi montado no ano de 2014, mas só teve sua efetivação em 2016. Jose Javier Saez Acuna era o diretor do veículo, que na época das análises funcionava com nove programas e contava com mais de 40 colaboradores docentes, discentes ou pessoas da comunidade externa.

Com um *design* jovem, a Webrádio UFABC se propõe a estar sempre conectada com o que há de mais moderno no mundo da música e do entretenimento. Segundo informações do site da emissora, “[...] a dinâmica de trabalho é a transmissão fixa e oficial em horários definidos, e também a disponibilidade de horários livres para comunidade (vinculada ou não à UFABC) agendar e poder transmitir seus conteúdos” (Webrádio UFABC, 2018).

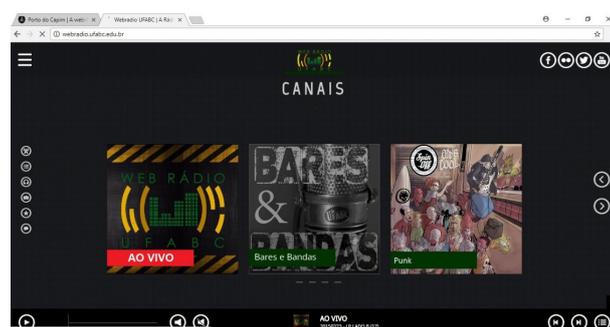


Figura 2 – Página inicial da Webrádio UFABC. Fonte: Webradio UFABC (2018).

A programação da Webradio UFABC é bem diferente da Rádio Ponto. Ela possui 11 canais musicais e um ao vivo (que transmite dois *podcasts* na semana). Todos são alimentados pelos estudantes da Universidade, mas também podem ser administrados por qualquer pessoa que tenha um entendimento do gênero musical proposto.

O Bares e Bandas é um canal de músicas autorais dos artistas do ABC paulista. Por meio dessa ferramenta, os artistas locais divulgam o seu trabalho e conseguem visibilidade no meio acadêmico. O Bares e Bandas enquadra-se no gênero entretenimento, por ser um canal musical; entretanto, cumpre com o papel de incentivar os músicos da região.

O Arquivo Metal reúne músicas do estilo *heavy metal*, e por ser estritamente musical pode ser classificado no gênero entretenimento. Na mesma perspectiva, o canal Nordeste transmite clássicos nordestinos e é voltado ao público dessa região do Brasil ou que se identifica com o estilo musical. O canal de entretenimento ajuda na propagação da cultura musical nordestina, e assim atende a um público bastante específico.

Na pasta Rock Internacional, o visitante encontra uma mistura do rock clássico, do contemporâneo e do experimental. O canal musical é do gênero entretenimento e atende as necessidades musicais dos amantes do rock. O Brasilidade, como o próprio nome sugere, reúne as canções do estilo música popular brasileira – MPB. Classificado no gênero entretenimento, o Brasilidade é um importante canal de veiculação e contemplação da cultura musical brasileira. Os canais *Jazz* e *Blues*, *Erudita* e *Chorinho*, *Hip-hop* e *Reggae*, *Divas Pop* e *Eletrônica* transmitem músicas de acordo com o que cada ritmo expressa no nome. Por serem tam-

bém estritamente musicais, podemos enquadrá-los no gênero entretenimento, seguindo a proposta de classificação dos gêneros de Barbosa Filho (2009).

Além dos canais musicais, a Webrádio UFABC veicula no Canal Ao Vivo dois *podcasts* semanais: o “Como tem passado?” e o “Tô de Rec”. Ambos canais são uma produção dos estudantes da universidade, que discutem sobre os mais variados assuntos do mundo da música, séries, filmes, cotidiano, e etc. Esses *podcasts* possuem características de gênero misto, podendo-os ser classificados no gênero jornalístico, por possuírem entrevistas e debates, e gênero entretenimento, por serem programas interativos que objetivam entreter. Tanto o “Como tem passado?” como o “Tô de Rec” são uma importante ferramenta de integração entre os alunos, que usam o espaço para compartilharem suas experiências e dividirem seus anseios.

Com relação aos novos gêneros radiofônicos apresentados por Prata (2008), ao observamos o site da Webrádio UFABC também não identificamos os gêneros chat, fórum de discussão, e nenhuma enquete na página. Entretanto, a webrádio permite que o visitante entre em contato com a emissora através do gênero e-mail, que fica localizado no final da homepage, e também acesse a emissora a partir de um endereço eletrônico.

Considerações finais

Levando em consideração a observação dos programas das duas emissoras estudadas, seguindo a classificação dos gêneros radiofônicos de acordo com Barbosa Filho (2009) e Prata (2008), traçaremos, agora, diferenças e semelhanças identificadas nas análises das webrádios. Além disso, faremos um comparativo de como as emissoras, em regiões distintas, apresentam seus modos de entender a produção universitária para webrádio, e ainda, o conceito de webrádio para cada uma delas.

Quanto à programação, observamos que a Rádio Ponto UFSC e a Webrádio UFABC possuem grades bastante diferentes. Apesar disso, ambas permitem ao ouvinte que ele escute uma programação ao vivo, e também procuram manter suas grades diversificadas. A variedade no formato e estilo dos programas pode ser considerado uma estratégia das emissoras para atingir públicos diversos.

A Rádio Ponto UFSC é a que mais veicula programas do gênero jornalístico; já a Webrádio UFABC, possui apenas *podcasts* de gênero misto, classificados como jornalístico e de entretenimento. A Ponto UFSC destaca-se, ainda, com a produção de programas esportivos; enquanto que na grade da Webrádio UFABC não identificamos nenhum programa que aborde essa temática. A veiculação de programas do gênero jornalístico em uma rádio universitária está relacionada com o papel da função social de emissora pública, que deve priorizar informações de interesse público, cobrir e divulgar os fatos de forma diferente das emissoras comerciais, e atingir a maior parcela da população.

Uma semelhança observada em ambas as webrádios é que tanto a Ponto UFSC como a UFABC utilizam-se do engajamento de estudantes para a produção dos programas da rádio. Essa semelhança vai ao encontro de uma característica fundamental de uma rádio universitária: servir de espaço laboratorial de experimentação para os alunos da instituição. A programação musical da Webrádio UFABC gira em torno dos mais diversos estilos musicais; enquanto que a Rádio

Ponto UFSC conta apenas com um programa que aborda assuntos do mundo da música. Nessa questão, é importante destacarmos também que ambas emissoras ajudam a promover a cultura musical e disponibilizam o espaço para divulgar o trabalho dos artistas locais.

A Rádio Ponto possui programas voltados para as temáticas de games e cinema; já a Webrádio UFABC utiliza os *podcasts* “Como tem passado” e “Tô de REC” para promover esse debate. À vista disso, podemos afirmar que as duas emissoras corroboram com a função de serem uma emissora pública educativa.

De acordo com os novos gêneros radiofônicos elencados por Prata (2008), podemos perceber que nenhuma das emissoras possuem um espaço destinado ao chat; apenas a Webrádio UFABC permite que o visitante entre em contato com a emissora diretamente do site, por meio do e-mail na página; os dois veículos possuem um endereço eletrônico na internet; nenhuma das emissoras promovem enquetes com os ouvintes; e que o gênero fórum não foi observado em nenhuma das webrádios estudadas. Nesse ponto, notamos que as duas emissoras radiofônicas em questão ainda não exploram todos os gêneros existentes na plataforma web.

Sobre a produção universitária das webrádios nas regiões Sul e Sudeste, percebemos que cada emissora segue uma perspectiva diferente. Enquanto que na região Sul a Rádio Ponto UFSC utiliza os estudantes para produzirem vários programas educativos, com diversas temáticas e com uma linguagem mais próxima do formal; na região Sudeste a Webrádio UFABC promove as mais variadas culturas por meio dos seus canais musicais, e utiliza uma linguagem mais coloquial nos seus *podcasts*.

Para concluir, podemos dizer que as duas emissoras, apesar de se assemelharem por serem veículos universitários, possuem propostas bastante distintas; e que embora existam as dificuldades e não esteja prevista uma regulamentação específica na legislação a respeito do funcionamento das webrádios, as duas emissoras desempenham atividades importantes dentro das instituições e enquadram-se como exemplo do fenômeno do rádio expandido na web.

Referências Bibliográficas

BARBOSA FILHO, André. 2009. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas.

BLOIS, Marlene. 2003. *Rádio educativo no Brasil: uma história em construção*. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte**, 2003. Anais... 1: 1-12. Disponível em: <https://docplayer.com.br/12139919-Radio-educativo-no-brasil-uma-historia-em-construcao-marlene-blois-univir-com.html>.

BUFARAH JÚNIOR, Álvaro. 2003. *Rádio na internet: convergência de possibilidades*. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte**, 2003. Anais... 1: 1-15. Disponível em: <https://docplayer.com.br/3355915-Radio-na-internet-convergencia-de-possibilidades-alvaro-bufarah-junior-faap.html>.

DEUS, Sandra de. 2003. *Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação*. Em **Questão**, v. 9, n. 01, p. 327-338. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/77>.

FERRARETTO, L. A. *Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21*. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 30º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Anais... Santos, 2007. p. 1-15. Disponível em: https://pdfdocumento.com/possibilidades-de-convergencia-tecnologica-pistas-para-a_5a111d211723dde0f496d33b.html.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. 2016. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 136p.

LOPES, Cristiano. 2011. **Regulação da radiodifusão educativa. Consultoria Legislativa**. Brasília: Câmara dos deputados.

LOPEZ, Débora. 2010. **Radiojornalismo Hipermediático**. Covilhã: Labcom Books. Disponível em: https://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf.

OTERO, Teresa Piñeiro. RAMOS, Fernando. 2011. **Rádios universitárias na Web 2.0: perspectivas e potencial. Rádio Leituras**. 2011. Ano II, num 01, p. 51-77. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radio-leituras/article/view/385>.

PACHECO, Alex. 2019. **A Estrutura da Webrádio**. Universidade do Contestado: BOCC. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-web.pdf>.

PRATA, Nair. 2008. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Belo Horizonte, MG. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada). Faculdade de Letras da

Universidade Federal de Minas Gerais, 395 p. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf.

Radio Ponto UFSC. 2018. Disponível em: < <http://radio-ponto.sites.ufsc.br/siteantigo/>>. Acesso em: 28/05/2018.

SENA, Geane. PEREIRA, Wilma. 2014. *Nas ondas do rádio: Um estudo sobre a linguagem, classificação e construção dos gêneros textuais radiofônicos*. In: **XVII Congreso Internacional Asociación de Lingüística y Filología de América Latina**. João Pessoa, 2014. Anais... 1: 1-15. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/9ad0/3ddc77abb880f386876215a4a09c93c61fb3.pdf>

SILVA, Marcus; CARDOSO, Sandro. 2016. *Web rádio: Modelos de gestão e empreendedorismo*. **Revista ECCOM: educação, cultura e comunicação**. São Paulo, 2016. v. 7. n. 14.

THIBES, Fabíola. 2014. *A produção jornalística em webrádios públicas catarinenses: Os casos da Rádio AL e da Rádio Ponto*. Florianópolis, SC. **Dissertação** (Mestrado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina, 239 p. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/135250>.

Webrádio UFABC. 2018. Disponível em: < <http://webradio.ufabc.edu.br>>. Acesso em: 28/05/2018.

Baal Delupi

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba
"Integrante do Programa Discurso Social. Lo visible y lo enunciable", CEA
Argentina

The triumphalist discourse on the Malvinas War in the Argentine press (1982)

The Falklands War was a unique event that provided vast material for analysis in the disciplines of the social and human sciences. One of the relevant aspects to think about this war conflict is the role played by the Argentine press at that time. The covers of the newspapers during the so-called "74 days of triumphalist fiction" (Chao, 2014), are valuable documents to be studied.

This research aims to analyze the journalistic discourse during this conflict, in 1982, from the construction of statements around the "we are winning" spread by the military dictatorship of that time, that made possible those 74 days of triumphalist fiction. We propose to replace the prominent covers of the newspapers *Clarín* and *Crónica*, of the magazine *Gente*, as well as the propaganda of the official channel of the Argentine State to account for a certain topographic organization (Angebot, 2010) credible about that event.

Keywords

War conflict, Construction of the event, Journalism

El discurso triunfalista sobre la Guerra de Malvinas en la prensa argentina (1982)

La Guerra de Malvinas fue un acontecimiento singular que proporcionó un vasto material de análisis en las disciplinas que atañen a las ciencias sociales y humanas. Uno de los aspectos relevantes para pensar este conflicto bélico es el rol que tuvo el discurso de la prensa argentina en aquel entonces. Las portadas de los diarios durante los denominados "74 días de ficción 'triumfalista'" (Chao, 2014), constituyen documentos valiosos para ser estudiados.

Esta investigación se propone analizar el discurso periodístico durante dicho conflicto, en el año 1982, a partir de la construcción de enunciados en torno al "estamos ganando" difundido por la dictadura militar de aquel entonces, que hicieron posible esos 74 días de ficción triunfalista. Nos proponemos relevar las tapas destacadas de los diarios *Clarín* y *Crónica*, de la revista *Gente*, como así también de la propaganda del propio canal oficial del Estado argentino para dar cuenta de cierta organización topográfica (Angebot, 2010) verosímil sobre aquel suceso.

Palavras-chave

Conflicto bélico, Construcción del acontecimiento,
Semiótica

Antecedentes históricos

La guerra de Malvinas fue un enfrentamiento bélico entre la República Argentina y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte que tuvo lugar en las islas Malvinas, Georgias del Sur y Sándwich del Sur. La guerra se desarrolló entre el 2 de abril, día del desembarco argentino en las islas, y el 14 de junio de 1982, cuando el ejército argentino se rindió. El conflicto se desata cuando Argentina quiere recuperar la soberanía sobre las islas Malvinas, en ese momento (al igual que hoy) el Reino Unido explotaba y administraba ese territorio.

La disputa por las islas Malvinas no comenzó en aquellos años, por el contrario, su inicio data de varios siglos anteriores. Este territorio fue ocupado sucesivamente primero por España, luego por Francia, más tarde por Argentina y, finalmente, por Reino Unido. Argentina considera que las islas son parte de la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Todavía está en la retina de toda una generación aquel discurso de Leopoldo Fortunato Galtieri, en el balcón de la Casa Rodada, anunciando ante la multitud de Plaza de Mayo el desembarco argentino en las islas, el 2 de abril de 1982.

La guerra fue declarada por un gobierno militar que puso en marcha una de las dictaduras más sangrientas de su historia. El gobierno de facto de aquel entonces, torturó, desapareció y asesinó a miles de personas entre el año 1976 y 1982. Muchos pensadores y periodistas postularon que la guerra fue una distracción de esa masacre y de los grandes problemas sociales, políticos y económicos que estaba sufriendo el país. La dictadura militar, junto con el periodismo, hicieron que el pueblo argentino pusiera foco en el conflicto; el sentido de pertenencia nacional que se buscó generar fue abrumador.

Algunos especialistas dicen que era casi imposible pensar que Argentina pudiera ganar la guerra, que todo el rumor social (Angenot, 2010) que circulaba en aquella época acerca de una posible victoria era parte de una discursividad que operaba sobre falacias y mentiras.

La guerra de Malvinas tiene muchos aspectos interesantes para ser analizados, sin embargo, me parece pertinente pensar el rol de la prensa y el tratamiento discursivo, por el particular procedimiento argumentativo y retórico que operó sobre el conflicto bélico. Tapas de diarios y revistas daban información falsa sobre lo que estaba pasando en la guerra, se anunciaba la victoria cuando en realidad estábamos perdiendo la batalla.

Breve estado de la cuestión

Malvinas ha sido un tema de interés para múltiples disciplinas. En los últimos años, la ciencia política, la semiótica, la filosofía, el arte, la sociología, la geografía y la comunicación se han encargado de investigar, problematizar e indagar asuntos referidos a este conflicto bélico. Lejos de creer que la guerra de Malvinas es algo clausurado, diversos estudios arrojan la importancia de seguir abriendo preguntas sobre el tema.

Desde los estudios sobre el discurso, Escudero (1996), Chao (2014) y Ceresani (2014), Rodríguez Amieva (2018) y Casali (2018), reflexionan, con distintas herramientas, la representación de la memoria, la forma en que se confi-

gura el discurso de guerra, las imágenes de archivo, entre otras cuestiones. Los autores muestran la vigencia que tiene pensar este conflicto en nuestros días.

Por otro lado, Agostino y Pomés (2008) indagan sobre testimonios de los jóvenes que fueron a la guerra. En *Historia y memoria desde la Matanza*, cuestionan aquello no dicho, eso que aun aparece como tabú. Desde una perspectiva histórica, Razoux (2002) nos invita a reflexionar sobre los orgullos nacionales, cuestión que no se ha estudiado mucho y que merece una importante reflexión. ¿Qué significantes operan en la configuración sobre lo nacional?

Ricardo Dubatti (2017), por su parte, analiza de qué manera el teatro operó en la guerra de Malvinas. ¿Qué cosas permite decir/expresar este arte? Son algunas de las preguntas que se hace el autor al hablar de las representaciones teatrales.

Desde las ciencias sociales hay innumerables trabajos al respecto. Waldo Ansaldi (2012) se preocupa por la memoria de Malvinas, pero sobre todo analiza el olvido como cuestión política. En esta área, además, hay distintas revistas y dossier especializados en la guerra de Malvinas. *Cuadernos de Marte, Revista latinoamericana de sociología de la guerra* (2012), tiene distintos trabajos sobre Malvinas desde perspectivas sociológicas y politológicas. Asimismo, la *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales* de la Universidad de Buenos Aires tiene un número dedicado a este asunto.

Es relevante mencionar el dossier reciente de la revista *Adversus* (2019), donde se trabajan temas neurálgicos sobre el conflicto de Malvinas. La cuestión de la comunidad, la discapacidad, el arte, la memoria y la territorialidad, lo afectivo, etc. aparecen en este número.

También se ha trabajado el asunto Malvinas desde el campo de la educación. Farías, Flachslund y Rosemberg (2012), nos muestran la necesidad de enseñar sobre Malvinas en las escuelas. Sin embargo, los autores postulan que no se trata de hacer un acto escolar una vez al año, sino más bien reflexionar críticamente, desde edad pequeña, acerca de este conflicto bélico.

La producción sobre la guerra de Malvinas es tan grande, que podría seguir enumerando áreas temáticas y autores que han abordado el asunto; sin embargo, me parece pertinente centrarme, luego de un breve recorrido por las disciplinas que estudian esta guerra, en los asuntos vinculados a la construcción del acontecimiento por medios periodísticos.

El discurso periodístico

Como ya mencionamos, el rol del periodismo en la guerra de Malvinas fue y es un fenómeno significativo que merece ser analizado. Diversos autores han estudiado la “ficción triunfalista” de 74 días que pusieron en escena los medios de comunicación, es decir, podemos hablar de un ‘blindaje mediático’ tanto de los medios privados (revista *Gente*, o los diarios *Clarín* y *Crónica*), como de los comunicados de la junta militar (el mismo gobierno de facto). Cesarini, en su trabajo sobre la guerra de Malvinas y en sintonía con Judith Butler, postula que los sentidos que se ponen en juego en este conflicto bélico:

(...) es un ejemplo clave donde el periodismo, las imágenes que circularon sobre la guerra, las decisiones narrativas sobre lo que se mostró y lo que se ocultó es lo que reguló el campo sensorial que preparó el terreno epistemológico y afectivo para la guerra y, por lo tanto, formó parte de ella. (2014, p. 4)

No podemos pensar que la Guerra de Malvinas es un conflicto clausurado y marginado que poco tiene que ver con nuestra configuración identitaria como argentinos, por el contrario, es pertinente señalar que este conflicto es parte de nuestra memoria colectiva, de nuestra configuración como sociedad, de nuestra historia, dialoga permanentemente con nuestro presente. Cada 2 de abril que recordamos el inicio de la guerra, cada 'bolilla' de historia que estudiamos en la escuela y/o Universidad sobre el conflicto, cada charla con ex combatientes, cada informe periodístico sobre el asunto, entre tantos otros episodios, nos ponen en contacto con Malvinas; además, la guerra forma parte de nuestra historia reciente, muchos de los que participaron activa o pasivamente del conflicto se encuentran vivos. El principio de dialogismo bajtiniano (1995) implica reconocer que un discurso cualquiera (en este caso, el de Malvinas) está permanentemente dialogando con otros anteriores y simultáneos; sus efectos, en términos de Verón (1981), son múltiples. Podemos pensar entonces, que el discurso de aquella guerra es relocalizado y resignificado para funcionar bajo otras condiciones. La pregunta entonces sería ¿cuáles son esas condiciones? ¿Qué implica pensar Malvinas, hoy?

Más allá de este diálogo permanente, ciertos temas de la guerra aparecen todavía como tabúes en nuestra época (Angenot, 2010), hay asuntos aún no saldados. La decepción de haber perdido la guerra, el enojo por la mentira mediática, la desazón por el sufrimiento y las muertes de muchos jóvenes impusieron su realidad propia a los oscuros e incomprensibles intereses que muchos mostraban por la estrategia y planificación de una guerra que tiempo después, nos enteraríamos que era "suicida". ¿Acaso el triunfo aparente de la guerra hizo que se dispersen otros asuntos importantes en Argentina? ¿De qué manera se configuró la ficción triunfalista de los medios de comunicación? ¿Por qué se escondió durante 74 días eso que algunos llaman 'la verdad' sobre la guerra? La mentira, la muerte, la 'vergüenza' de algunos por haber perdido la guerra, la reparación histórica que tardó en llegar, los miles de jóvenes que quedaron con secuelas, entre tantos otros motivos, son los que dan cuenta de porqué, hasta el día de hoy, Malvinas implica cosas no resueltas.

La resignificación de Malvinas durante los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner (2003-2015)

Durante el gobierno kirchnerista se realizó una reparación histórica, con respecto a Malvinas, sin precedentes en la Argentina. Una reorganización topográfica (Angenot, 2010) con respecto a la etapa anterior hizo inteligible ciertos enunciados que en la década neoliberal de los '90 no hubieran sido posibles.

Antes de meternos en la cuestión de la guerra, es importante decir que la acción de descolgar los cuadros de los militares de la última dictadura militar de la casa de gobierno en el año 2004, los juicios contra militares involucrados en los crímenes de lesa humanidad por el secuestro, tortura y desaparición de personas, la reivindicación pública de las familias de desaparecidos, entre tantas otras cosas, pusieron en diálogo el periodo de la última dictadura militar donde, entre otros hechos, se inscribe la guerra de Malvinas, con nuestro presente.

El 25 de mayo de 2003, cuando Néstor Kirchner asumía la presidencia, decía: "venimos desde el sur de la Patria, de la tierra de la cultura malvinera y de los hielos continentales y sostendremos ineludiblemente nuestro reclamo de soberanía sobre las Islas Malvinas". El ex presidente volvía a abrir un conflicto clausurado en la etapa anterior.

En el año 2005, Néstor Kirchner firmó un decreto que le otorgaba pensiones honoríficas a los veteranos de la guerra de Malvinas. Cerraba su discurso diciendo: "Nosotros tenemos que ir reconstruyendo nuestro futuro, pero tenemos que ir solucionando los problemas que nos va dejando el pasado, lamentablemente. El tema de Malvinas es una hoja grande de la historia argentina".

Por otra parte, el Ministerio de Educación de la Presidencia de la Nación, lanzó, en distintos momentos de la gestión de Cristina Fernández de Kirchner, cuadernillos y material explicativo y didáctico para trabajar sobre la guerra de Malvinas. Un ejemplo de ello es el material "Malvinas: educación y memoria. Cuadernillo para docentes de escuelas secundarias".

Si hablamos del rol de Malvinas en los medios de comunicación, además de los discursos públicos y las medidas ya mencionadas que circulaban en distintos canales de televisión, podemos referirnos al programa de dibujitos *La Asombrosa Excursión de Zamba*, emitido por PakaPaka-canal Encuentro. En él se trabajaban distintos asuntos históricos argentinos. Uno de los capítulos está dedicado a Malvinas, donde Zamba, el personaje principal, realiza una excursión al pasado para reflexionar sobre este conflicto bélico.

En el ámbito del arte y el cine, podemos situar al ciclo *Malvinas, 30 miradas* (disponible actualmente en la página web cine.ar), también impulsada por este gobierno. Directores de gran renombre se encargaron de retratar las cosas no dichas de este conflicto bélico, y la necesidad de seguir teniendo memoria sobre lo que aconteció.

En sintonía con estas medidas, en los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner, hubo tratativas y roces con el gobierno británico por el conflicto Malvinas. En el año 2007, el conductor de la cancillería Jorge Taiana, realizó un reclamo a raíz del otorgamiento de licencias pesqueras por 25 años en los espacios marítimos de las islas. Taiana manifestó que el territorio se encontraba sujeto a procesos de discusión por la soberanía. En noviembre de ese año, Argentina le pidió a la Unión Europea el reconocimiento de la existencia de la disputa de las islas.

Sin embargo, más allá de que en esta etapa emergieran discursos singulares sobre el tema Malvinas constituyen el rumor social de ese tiempo, de la pensión dada u otorgada a los ex combatientes, del material didáctico, de los discursos al respecto, de las discusiones con la Unión Europea o Gran Bretaña y del financiamiento para cortos de cine, podemos pensar que este asunto, lejos de estar clausurado, merece una atención permanente.

Pensemos solamente en uno de los actores implicados en la guerra: 'las madres de Malvinas'. En estos tiempos, en los que ha habido muchos colectivos de 'madres' en la Argentina_ las de Plaza de Mayo, las del paco, entre otras, es extraño que nunca se haya planteado un colectivo de madres de Malvinas. ¿Qué lugar se les ha dado a esas mujeres? ¿Qué lugar tienen los ex combatientes además de la pensión mensual por haber sido parte de esa guerra?

Revisar los tópicos clave de la guerra, repensar las prácticas bélicas que desgarraron la identidad de muchos, y pensar nos hoy como herederos de esa historia reciente, es funda-

mental para comprender acabadamente las lógicas discursivas que operaron en el conflicto de Malvinas. Así, revistar el pasado nos sirve para pensar el presente y el futuro.

La Teoría del Discurso Social

Marc Angenot (2010) elaboró su Teoría del Discurso Social (de ahora en más TDS) con el objetivo de dar cuenta de cierto estado de discurso social en un momento dado. El autor postula que el discurso social es todo lo que se dice, imprime, pública, conversa, etc. En este sentido, el belga-canadiense dice que todo discurso social cuenta con una hegemonía discursiva (noción que toma de Antonio Gramsci) que opera como un sistema regulador que permite que ciertos enunciados penetren en el campo de lo decible en un momento dado, construyendo una organización topográfica singular que establece aquellos temas tratados y enunciados, dejando fuera a otros significativos. En este sentido, todo discurso es polifónico (sigue las ideas de Bajtín y Voloshinov) generando un cruce entre palabras que nunca es armónico, sino más bien implica un roce, una fricción, lo que Voloshinov define como enunciados multiacentuados.

En esta investigación interesa emplear herramientas del análisis del discurso de Angenot, que permiten dar cuenta de la construcción del discurso mediático que operó en la época de Malvinas. En un contexto de dictadura (con tortura y desaparición de personas) y censuras, el campo de lo decible estaba controlado a partir de la hegemonía militar. Muchas cosas no podían ser dichas ni enunciadas, mientras que determinados discursos eran inteligibles por legitimidad (para quienes adherían a las ideas de este grupo militar genocida) o a través de la fuerza (por la normativa impulsada en los discursos dictatoriales).

En suma, los enunciados sobre la guerra de Malvinas no se produjeron y circularon de manera casual o por coincidencia, sino más bien respondieron a la configuración del campo de lo decible en ese estado de discurso. Así, siguiendo a Angenot, es en esta hegemonía discursiva que se activan componentes como los fetiches (asociados al orden de lo sagrado), tabúes (vinculados a lo prohibido) y temáticas y visiones de mundo, es decir, aquello que se decía de la guerra y la visión de mundo que se intentaba imponer.

La lucha por el sentido de las palabras en la guerra de Malvinas

Lucrecia Escudero, en su trabajo *Desaparecidos, pasiones e identidades discursivas en la prensa argentina (1976-1983)* (2001), remarca la puja que hubo por la 'historia oficial', 'eso' que debía ser contado de una manera particular, es decir, en el plano de la enunciación, no importaba solo qué se decía, sino aquellas modalidades del decir, la manera en que era reproducida la información. La autora sostiene que la lucha "por la definición y el contenido de una palabra, por la identidad de un actor social inédito en la historia nacional, puso en crisis en forma violenta las formas de enunciación, la modelización del discurso de la información" (P. 1).

La tapa de la revista Gente "Estamos ganando" y "Seguimos ganando" fueron claves en la construcción discursiva de esa época.



Foto 1 — Foto archivo de la revista gente (1982)

Refiriéndonos a una interacción generalizada, en términos de Angenot (2010), podemos pensar que años después, el discurso de Néstor Kirchner y Cristina Fernández en relación al conflicto Malvinas permitió que se activaran otros, anteriores y simultáneos en relación a la memoria discursiva. En el año 2005 se estrenó *Estamos ganando, periodismo y censura en la época de Malvinas* (María Elena Ciganda y Roberto Persano). En el documental aparecen periodistas y ex periodistas contando cómo fue la cobertura durante la guerra: Mariano Grondona, Eduardo Aliverti, Nicolás Kasanzew, Diego Pérez Andrade, Chiche Gelblung, entre otros, cuentan la censura y auto censura que hubo sobre lo que en 'realidad' estaba aconteciendo. Los periodistas relatan la manipulación de información que se llevó a cabo a partir de órdenes de los militares a cargo o, directamente, a partir de un auto censura para no tener 'problemas'. Podemos pensar que esos 'problemas' a los que referían eran, en realidad, un castigo por contar lo que de verdad estaba pasando. La pugna por el manejo de la información y los "sentidos", como señala Judith Butler (2011) y Cesarini (2014), es clave en una guerra: no podía haber puntos de fuga dado que la dictadura militar y el periodismo (tanto privado como público) debían tener el mismo discurso. No había lugar para la multiacentuación que tanto menciona Voloshinov en *El marxismo y la filosofía del lenguaje* (2009), esas múltiples voces que constituyen la arena de lucha de clases, en permanente tensión. Lejos de eso, la dictadura militar proponía una monoacentuación.

¹ Si bien Angenot elaboró esta teoría reflexionando sobre aquello que se dijo, se imprimió y se publicó en un año calendario, en París, en 1889, hace muchos años que sus ideas son trabajadas en corpus pequeños y singulares. Algunos de los trabajos que destacamos son: Fatale (2011), Dalmasso (2019), Savoini (2020), Delupi (2020), entre otros.

² Refiere a los 7 componentes que emergen en toda hegemonía discursiva y que permiten dar cuenta de un estado de discursos



Foto 2 – Foto archivo de la propaganda oficial de la dictadura militar 1982

Es llamativo ver cómo el gobierno de facto anunciaba el “estamos ganando” sabiendo que la información oficial que manejaban indicaba todo lo contrario. Las imágenes, las declaraciones de los periodistas en el documental mencionado, el desenlace de la guerra, entre tantos otros episodios, permiten vislumbrar una clara manipulación mediática expresada en la discursividad del “estamos ganando”.



Foto 3 – Foto archivo del diario Clarín (1982)

El diario *Clarín* apela más a lo lingüístico (como su género discursivo lo indica) invocando a un destinatario nuevo: EE.UU. Ahí dicen sin decir, postulando que, ante la inminente recuperación, el país del norte está preocupado. Es moderada la crítica y la configuración de un adversario discursivo, pero se ve la frontera con EE.UU. quien jugó un papel de apoyo a los ingleses durante la guerra. También aparece una idea de temporalidad, lo “inminente”, el tiempo juega un rol clave que se vincula con el estado de ánimo (pathos dominante): mientras más rápido se recupere, más alegría y expectativa hay. El tiempo opera como fetiche en el discurso, no solo hay que ganar la guerra, sino que hay que hacerlo rápido.



Foto 4 – Foto archivo del diario crónica (1982)

Si la temporalidad jugaba un papel clave en la tapa anterior, en esta imagen del diario *Crónica* se puede ver como ya no es una victoria a futuro, sino que ya está siendo. Los signos de admiración refuerza la acción patémica que construye un mundo de jolgorio y disfrute por conseguir el objetivo. Es interesante pensar, en este sentido, en la interpelación subjetivante althusseriana (1988) que operó en la construcción del discurso mediático. Es decir, ¿qué sujetos se buscó interpelar en esas producciones discursivas? Como bien plantea Althusser, toda formación social-histórica está constituida por formaciones ideológicas. En relación a esta idea, Pêcheux (2016) va a decir que el espacio por excelencia (no el único) de esas formaciones ideológicas son las formaciones discursivas. A partir de ellas se va a buscar interpelar a los individuos (que son siempre ya sujetos) en sujetos, es decir, entonces, que desde esta perspectiva el sujeto es ya un efecto de sentido, rompiendo con la idea del origen del sentido tan trabajada por muchos lingüistas y semiólogos. Esa interpelación se realiza a partir de los espacios de “evidencias”, de aquello que es obvio e incuestionable. Es por eso que la pregunta que impera es ¿qué es lo obvio, lo incuestionable, en estas portadas y que forma parte del discurso social de la época? Pareciera ser, en primer término, que Argentina va ganando, que la recuperación va a ser “inminente”. En segundo lugar, hay una evidencia respecto a que Argentina está recuperando lo que le pertenece, lo que le quitaron. Ahí se activa el fetiche (lo sagrado), que configura al ciudadano argentino como un “recuperador del territorio” en contraposición a “aquellos que nos robaron” (tabú).

Es a partir de estas premisas que se construyen como ‘obvias’ en el sistema doxológico (Angenot, 2001) que se puede pensar en el sujeto interpelado mediante esas señales: en este sentido, se configuró una idea particular con respecto a la imagen de victoria y del territorio que le pertenece a la argentina. “Sí, podemos ganarles, podemos recuperar lo nuestro, lo que es argentino”, parece ser el espacio de evidencia en relación a la interpelación subjetivamente. Otra de las preguntas que surge es ¿qué del orden pathémico (dominante de pathos en la TDS desarrollada por Angenot) operó en el plano retórico? Es decir, ¿qué emociones se ponen en juego? Los pulgares arriba en la imagen, la inscripción “Argentinos a vencer” y el colectivo inclusivo “nosotros” estamos ganando (ahora, ya), buscó interpelar al ciudadano argentino en relación a la necesidad de ganar

la guerra, de recuperar eso que es “mío”. Las imágenes de los soldados luchando por la patria, frases fuertes como “la inminente recuperación” de las islas Malvinas, permiten que se configure un discurso mediático que apela a lo emocional.

También aparece una *ethos* del héroe de guerra singular que se inserta en la visión de mundo, es decir, se proyecta, a partir de las portadas mediáticas, una imagen del soldado malvinense (conocidos en muchos sectores como “los pibes”) que defiende la patria y encima “van ganando”. Otras imágenes conocidas no incluidas para este trabajo son las que muestran a los soldados de Malvinas juntos, descansando al lado de sus fusiles: se los muestra como héroes.

Por último, los tipos de destinatarios (Verón, 1987) que se configuran en las portadas seleccionadas parecen ser claros. El prodestintario (refiere al que ‘adhiera’ a las ideas planteadas), incluye a todos los argentinos, mientras que los contradestintarios (es decir, los enemigos potenciales) que aparecen en términos de Angenot como tabú, refieren a los ingleses y a quienes quieren que Argentina pierda la guerra. Opera una “frontera discursiva” entre un ‘nosotros’ y ‘ellos’ interesante de analizar. Por un lado, nosotros, los argentinos que estamos luchando esta guerra y que necesitamos la colaboración de todos, y por el otro, ellos, los ingleses y sus aliados que quieren robarnos lo que nos pertenece.

Así, se tematiza la victoria permanente en contraposición a los sectores que le “robaron a la patria”. Aparece una idea de la patria y del suelo argentino como fetiche, como eso sagrado que debe ser recuperado y que se hace con el esfuerzo y sacrificio de jóvenes que dejan todo por la guerra (apelación a lo emocional). Esa es la visión de mundo que opera en ese discurso: no solo se debe ganar a toda costa, sino que estamos ganando y lo están haciendo para recuperar lo que les pertenece. Pulgar arriba es que se está ganando, sin hacer ningún tipo de referencia a lo que realmente estaba pasando. La construcción de verosimilitud era fundamental, sin medir los efectos de sentido que eso podía tener.

Conclusión

Analizar el discurso mediático sobre la guerra de Malvinas sirve para reflexionar sobre varios asuntos, uno de ellos tiene que ver con el rol y la responsabilidad periodística en la vida social, sobre todo en acontecimientos de gran envergadura como es una guerra. ¿Cuál es/debería ser la función de la prensa en este tipo de conflictos?

Por otro lado, consideramos importante pensar en las secuelas de la guerra de Malvinas, es decir, todos aquellos asuntos aún no saldados. Las políticas de Estado que ayudan a visibilizar los conflictos post guerra, que acompañan a las víctimas y que permiten reflexionar sobre lo sucedido, contribuyen a librar la lucha contra el ocultamiento y los tabúes; sin embargo, se cree importante pensar que esas políticas deben incluir a todos los actores sociales y que deben ser sostenidas como un plan sistemático, brindando ayuda económica y psicológicas a las personas que lo necesiten.

Las herramientas semióticas como las de Angenot, Verón o Althusser son muy útiles para analizar la construcción discursiva mediática en la guerra, dado que permiten develar la disputa por el uso de la palabra, es decir, todo aquello que se pone en juego en la configuración de la “historia oficial”. Las ideas de discurso social, hegemonía discursiva, fetiches y tabúes, interpelación subjetivamente, entre otras, resultan significativas para pensar la configuración de enunciados en un momento determinado.

La visión de mundo que opera en la construcción mediática refiere a la necesidad de ganar una guerra a toda costa sin medir las consecuencias de las mentiras y la forma de narrar los sucesos. Esta visión se construye a partir de temporalidades que ayudan a la configuración de verosimilitud: un “estamos”, “seguimos”, “inminente” recuperación de las islas y la victoria del “pueblo argentino” es algo que va sosteniendo un relato falso, dejando afuera la información de lo que realmente estaba aconteciendo. Es aquí donde se puede pensar que esta guerra (y el relato que se hizo de ella) sirvió para dejar afuera del campo de lo decible ciertos enunciados sobre el genocidio que se estaba llevando a cabo en la Argentina. Tematizaron la victoria de la guerra a partir de la construcción fetiches (ganar a toda costa) y tabúes (los ingleses que nos robaron) que permitieron los 74 días de ficción triunfalista.

Por último, es importante resaltar que este trabajo no constituye una clausura sobre estos asuntos, por el contrario, es pertinente seguir investigando sobre el tema dado que hay mucho material para seguir con lupa todo lo que dejó la guerra de Malvinas.

Bibliografía

- AGOSTINO, H. y Pomés, R. (2008). **Guerra de Malvinas. Historia y Memoria desde la Matanza**. Universidad Nacional de la Matanza.
- ANSALDI W. (2012). "La memoria y el olvido como cuestión política. A propósito de Malvinas". En **Revista de la Facultad de Ciencias Sociales** de la Universidad de Buenos Aires.
- ALTHUSSER L. (1988). **Los Aparatos ideológicos de Estado**. Nueva visión.
- ANGENOT M. (2010). **El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible**. Siglo XXI.
- BAJTÍN, M. (2005). **Estética de la Creación Verbal**. Siglo XXI.
- BUTLER J. (2011). **Violencia de Estado, guerra, resistencia. Por una nueva política de la izquierda**. Katz.
- CASALI, C. (2018). "Memorias, identidades y territorialidades en torno a Malvinas en la serie televisiva *Combatientes* (2013)". En **Dossier de Revista Adversus**. N° 35. Buenos Aires.
- CERESANI L. (2014). "Representación y memoria en las imágenes de archivo del cine argentino sobre la Guerra de Malvinas". En **Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual**.
- CHAO, D. (2014). "Régimen Escópico y Guerra de Malvinas: el Problema de la Visibilidad mediática". En **Comunicación y Medios** n. 29. Universidad Nacional del nordeste de Chile.
- DUBATTI R. (2017). "La Guerra de Malvinas en el teatro, el teatro de la guerra: corpus cronológico de dramaturgia y espectáculos". En **Revista de Investigaciones en Artes del Espectáculo**, Universidad de Buenos Aires.
- ESCUADERO L. (1996). **Malvinas: el gran relato. Fuentes y rumores de la información de guerra**. Gedisa.
- ESCUADERO, L. (2001) "Desaparecidos, pasiones e identidades discursivas en la prensa argentina (1976- 1983)". En **Cuadernos N° 17**, FHYCS-UNJu.
- FARÍAS, M.; Flachslando, C; Rosemberg, V. (2012). "Las Malvinas en la escuela: enseñar la patria". En **Revista de la Facultad de Ciencias Sociales** de la Universidad de Buenos Aires.
- KIRCHNER, N. (2003). **Discurso de asunción a la presidencia**. Casa Rosada.
- 2005. Discurso de otorgamiento de pensiones a ex combatientes de Malvinas.
- MARCHETTI, M. L. (2005). "Gente y la Guerra de Malvinas". En **La Trama de la Comunicación** Vol. 9, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario: UNR Editora.
- RODRÍGUEZ Amieva, J.M. (2018). "El signo Malvinas en San Vicene: anclaje pedagógico de la comunidad nacional en una comunidad barrial". En **Revista Adversus N° 35**. Buenos Aires.
- PÊCHEUX M. (2016). **las verdades evidentes. lingüística, semántica, filosofía**. Centro cultural de la cooperación Floreal Gorini.
- RAZOUX, P. 2002. "La guerra de las Malvinas". En **Dossier Revista Istor**, N° 8. Ciudad de México.
- VERÓN, E. (1981). **La semiosis social**. Gedisa.
- DALMASSO, M. T. "La semiótica y su inserción institucional en la Universidad Nacional de Córdoba". En **X Congreso Argentino y V Congreso Internacional de Semiótica**. Paraná: Universidad Nacional de Entre Ríos, 2019.
- DELUPI, B. (2020). "Marginalidad y precariedad en el discurso político de Cambiemos". En **Marginal. Configuraciones mediáticas de la subjetividad**. Córdoba: Ediciones del Boulevard.
- FATALA, N. "Parar el tiempo o ¿qué fue de aquella aceleración? el discurso social argentino en 2002". En **deSignis, número 15**. Tucumán: La Crujía Ediciones, 2011.
- SAVOINI, S. (2020). "Los marginales en pantala". En **Marginal. Configuraciones mediáticas de la subjetividad**. Córdoba: Ediciones del Boulevard.
- VERÓN, E. (1987). "la palabra adversativa". En: **El discurso político. Lenguaje y acontecimientos**. Hachette.
- VOLOSHINOV, V. (2009). **El marxismo y la filosofía del lenguaje**. Ediciones Godot.

Bruno Daniel Ferreira Andrade
Marcia Cristina Ribeiro Gonçalves Nunes

PPGCLC da Universidade da Amazônia
Brasil

Walking around town: Acentuating the senses through augmented reality

This article addresses the production of meanings and augmented reality (AR), its concept, history and developments in the context of the urban environment. If humans perceive the world in a multisensory way, relating urban daily life and perception through human senses, how can these senses be accentuated through AR technology? That is the question that guides this work. Methodologically, it was used bibliographic research and the presentation of two applications, called City AR and AR City Map. It was observed that this new way of “feeling” the city can allow people to walk around town and have a different experience by absorbing its singularities through architecture, texture, smell, noise and taste. This can also serve as a virtual tour guide of the city pointing out paths and points of interest.

Keywords

Production of meaning, Urban communication, City, Augmented reality, *flâneur*

Caminhando pela cidade: Acentuando sentidos através da realidade aumentada

O presente artigo aborda a temática da produção de sentidos e realidade aumentada (RA), seus conceitos, seu histórico e desdobramentos no contexto do ambiente urbano. Se o ser humano percebe o mundo de forma multissensorial relacionando o cotidiano urbano e a percepção através dos sentidos humanos, como esses sentidos podem ser acentuados através da tecnologia de RA? É a pergunta que norteia este trabalho. Metodologicamente, utiliza-se de pesquisa bibliográfica e apresentação de dois exemplos de aplicativos para celular, o City AR e o AR City Map. Observou-se que esta nova forma de “sentir” a cidade pode permitir que as pessoas caminhem pela cidade e tenham uma experiência diferenciada ao absorver suas singularidades através da arquitetura, por meio da textura, do cheiro, do barulho e do paladar, além de ser um artifício que pode servir como um guia turístico virtual da cidade apontando caminhos e pontos de interesse aos usuários.

Palavras-chave

Produção de Sentidos, Comunicação Urbana, Cidade, Realidade Aumentada, *flâneur*

1. Introdução

A Realidade Aumentada é uma tecnologia que permite que objetos 3D sejam sobrepostos no mundo real através de *smartphones* ou óculos específicos conhecidos como óculos de realidade virtual.

Conforme essa mídia se torna cada vez mais frequente nos dias atuais, é essencial que se questione como o mundo pode ser (re)vivenciado e como a realidade e o ambiente urbano podem ser interpretados seguindo essa nova tendência.

No contexto da cidade, esta sobreposição de objetos e informações permitida por essa tecnologia oferece novas formas de se experienciar o espaço urbano e por meio dos sentidos corpóreos produzir novos entrelaçamentos, principalmente, e mais notadamente, o sentido da visão.

A principal forma de realmente conhecer um lugar é através do caminhar, do “flanar” sem rumo e pelos cantos da cidade. É através dessa relação social que as pessoas se conectam com o ambiente urbano descobrindo texturas, superfícies, ares, cheiros, arquitetura, arte, etc. que na medida de cada um produz sentidos. Cada cidade possui características singulares que as definem e que sensibilizam os seus habitantes e visitantes.

Diante disso, este artigo se divide em quatro etapas: na primeira, são abordados conceitos sobre os sentidos humanos como visão, olfato, paladar, audição e tato; na segunda apresenta-se a relação dos sentidos com a cidade através do caminhar como forma de lazer e informação; na terceira é explanado um breve histórico e conceito sobre Realidade Aumentada e, na quarta etapa, descrevem-se dois exemplos da utilização dessa tecnologia no âmbito da cidade.

Como metodologia, utilizou-se de pesquisa bibliográfica e de apresentação de dois exemplos de aplicativos, o City AR e o AR City Map, que permitem “navegar” na cidade através de telefones celulares, descobrindo caminhos, serviços e pontos turísticos.

2. Os sentidos e a cidade

O ser humano é multissensorial, através dos seus sentidos eles se relacionam entre si e com o meio ambiente. É importante conceituar esses sentidos e entender de que maneira a interação desses elementos constroem significados.

De acordo com Tuan (2012) o ser humano possui cinco sentidos conhecidos, a visão, audição, olfato, paladar e tato. A visão tem hegemonia sobre os outros sentidos, e o homem depende dela predominantemente (um animal visual). Um mundo vasto, demasiadamente detalhado e específico, se expande mais por meio dos olhos que pelos outros sistemas sensoriais. A visão humana evoluiu ao longo dos tempos em um ambiente arbóreo:

No mundo denso e complexo de uma floresta tropical, ver bem é mais importante que desenvolver um sentido agudo do olfato. Durante o longo trajeto da evolução, os membros da linha primata adquiriram olhos grandes, enquanto o nariz encolheu para permitir aos olhos uma visão desimpedida. Dos mamíferos, apenas o homem e alguns primatas desfrutaram de visão colorida (Tuan, 2012, p.22)

Já no século 20, de acordo com Sevckenko (2001), ocorre uma redefinição do padrão cultural das sociedades urbanas no momento que moradores da área rural migram em massa para a cidade ocorrendo uma dissolução da cultura

popular tradicional. Segundo a análise do teórico Marshall McLuhan sobre esses novos tempos:

[...] a sociedade tradicional, assentada no âmbito rural e na oralidade, estabelecia um ambiente cultural de predominância acústica, auditiva, em que todas as relações sociais eram intensificadas por rituais que acentuavam o presente, a simultaneidade e a riqueza de cada instante. A introdução da imprensa mecanizada, nascida com os tipos móveis de Gutenberg, consolidou uma cultura centrada na visão e baseada no primado da sucessão temporal em cadeia linear, enfatizando valores abstratos, racionais, hierárquicos, cumulativos e o anseio pelo futuro. (Sevckenko, 2001, p.80)

A consolidação dessa percepção visual como efeito dominante é também desencadeada pela Revolução Científico-Tecnológica no mesmo período. Surge nesta época a fotografia, o cinema, os cromofotolinotipos, que permitiu a reprodução de imagens em cores; as câmeras ficaram cada vez mais portáteis até culminar no surgimento de televisões, em cores, satélite e on-line (Sevckenko, 2001).

No que diz respeito agora a audição, a sensibilidade auditiva do homem não é muito fina, se comparado com outros animais que se utilizam desse recurso para caçar. A amplitude média se estende aproximadamente de 16 a 20.000 ciclos por segundo. Esse limite é modesto se comparado a de gatos e morcegos, que respondem a sons de 50.000 a 120.000 ciclos por segundo, respectivamente. Os olhos são mais precisos e detalhados em obter informações, no entanto é através do som que o ser humano é sensibilizado com mais força, “o som da chuva, batendo contra as folhas, o estrondo do trovão, o assobio do vento no capim e o choro angustiado excitam-nos com intensidade raramente alcançada pela imagem visual” (Tuan, 2012, p.25).

O homem moderno tende a negligenciar o sentido do olfato e o ambiente ideal é aquele no qual há a eliminação de cheiros. O “odor” é quase sempre relacionado ao mal cheiro. Acredita-se que através do olfato é possível perceber diversos tipos de informações, pois é carregado de lembranças do passado. Como observado por Tuan (2012, p. 27) “Não podemos recapitular completamente o sentimento essencial de um mundo visual do nosso passado sem o auxílio de uma experiência sensorial que não mudou”.

O olfato incita o paladar. O sentido olfativo está relacionado a paisagem gustativa, que simboliza o sentido a partir do sabor da cidade, do paladar urbano que é distinto de cada localidade. Os sabores comunicam e revelam muitas coisas sobre a cidade. Algumas comidas e bebidas são singulares em certos lugares, como o croissant na França, a cachçaça no Brasil, as massas italianas, o bacalhau em Portugal, as esfirras da culinária Árabe, o Açaí em Belém.

Já o tato fornece aos seres humanos uma grande quantidade de informações sobre diversos tipos de superfícies, por exemplo o homem com os olhos vendados e os ouvidos tapados pode perceber as diferenças entre plástico, metal, papel ou madeira batendo levemente na superfície ou friccionando o dedo na superfície. Através do sentido háptico é possível perceber diferenças de pressão quando em contato com algo ou ter a sensibilidade corpórea as mudanças climáticas, etc. De acordo com Tuan (2012, p. 24) o tato pode ser descrito como “[...] a experiência direta da resistência, a experiência direta do mundo como um sistema de resistências e de pressões que nos persuadem da existência de uma realidade independente de nossa imaginação”. É através da experiência corpórea que habitantes de uma cidade se relacionam, analogicamente, no qual pode-se

pensar a cidade como um corpo, aonde é possível tocar e sentir as marcas do seu passado. Se a cidade é um corpo, pode-se utilizar a analogia de que a paisagem urbana foi danificada e possui hematomas, cicatrizes, por tanto ruas e prédios que podem ser reparados, revitalizados ou renovados. Pode-se imaginar que o grafite é uma tatuagem? Os restos de prédios demolidos são como fantasmas? Que novos penduricalhos foram acrescentados? Quais são as histórias que se revelam sob a superfície da cidade? (Howes et al., 2013). Com frequência os habitantes cobram de seus legisladores que a cidade tenha suas imperfeições corrigidas e reformadas, mas o que seria da cidade sem suas rachaduras, a pavimentação de centros históricos que revelam o asfalto e partes de elementos em pedra do século 19. De certa forma, é na gentil decadência da cidade, que aparece a sua personalidade e, portanto, deve-se atentar para o equilíbrio entre as imperfeições que a caracteriza e as conformações que a torna acessível e segura para os seus moradores (Howes et al., 2013).

A cidade carrega significado, comunica-se através da sua sociedade e seu ambiente construído. Através dos sons, cheiros, sabores e texturas a metrópole tem sentido, produz sentidos nos seus arranjos simbólicos e culturais dentro de um contexto histórico e social.

O sujeito e o mundo constroem sentidos:

É o corpo que faz a leitura do meio e é a consciência que constrói leituras e interpretações dotadas de significados. Há construção de sentidos entre os sujeitos que se comunicam e entre o sujeito e o mundo. O sentido se encontra exatamente neste meio do caminho, no durante, no “entre-ser”, que dá vitalidade aos processos (Marcondes Filho, 2004 apud Neves; Sobral, 2019, p. 49)

A palavra sentido tem origem latina, *sensus*, significando a capacidade de perceber as impressões e sinais do mundo externo. Para a filosofia, o sentido é algo construído no momento do acontecer, na interceptação de vários comportamentos:

O sentido é a produção da realidade, é a sua expressão, o seu acontecer, os encontros entre os seres e o mundo. O sentido é o ato de conectar, de associar na esfera do mundo vivido, é processo de comunicação, fluxo, movimento, é a dinâmica dos seres e das coisas, a potência criadora, a criação em ato (Neves; Sobral, 2019, p.50)

De acordo com Kanashiro (2003) é cientificamente comprovado que o ser humano utiliza os seus sentidos como receptores sensoriais de mensagens do ambiente, estes receptores também transmitem experiências emocionais. Um dos primeiros teóricos da arquitetura ocidental, Marcus Vitruvius Pollio (Século 1 a.C) declarou que a finalidade do ambiente construído poderia se manifestar através de três elementos:

[...] utilitas (função, funcionalidade), firmitas (matéria, estabilidade) e venustas (beleza, prazer). Defendendo que as mesmas deveriam permanecer em equilíbrio harmônico, a última delas, a componente estética, estaria relacionada à percepção, às experiências humanas e também às preferências que as pessoas têm do seu próprio meio ambiente (Kanashiro, 2003, p.156)

Essas relações de construção de sentidos se dão através de um processo cognitivo nos campos sensorial, da memória e do raciocínio que atribui significados diversos, nesse caso no tocante da cidade. O ser humano percebe o mundo

de forma multissensorial relacionando o cotidiano urbano e a percepção através dos sentidos humanos, em especial a visão, o olfato, a audição e o tato (Kanashiro, 2003).

3. Conceitos sobre Realidade Virtual e Realidade Aumentada

Os atuais avanços em tecnologias de Realidade Virtual (RV) e Realidade Aumentada (RA) tem possibilitado a junção do ambiente real com o ambiente artificial. As principais áreas de conhecimento como educação, medicina, psicologia, arquitetura já possuem pesquisas e aplicações utilizando essas tecnologias.

Novidades como essas permitem uma nova forma de perceber e interagir com o mundo. Os usuários de *smartphones* e óculos de RV já tem acesso a diversos tipos de aplicações, principalmente com o interesse e investimento de grandes empresas na última década – como Facebook, Google, Magic Leap e HTC (Qureshi; Schnabel; Moleta, 2018).

Historicamente, o advento da internet e da gamificação¹ estimularam inovações de dispositivos móveis e interativos (simuladores de voo, de automóveis, etc). As primeiras pesquisas em ambientes virtuais foram realizadas durante as décadas de 1960 e 1970 através de simuladores de voo liderados pelo governo Americano através de agências como The National Aeronautics and Space Administration (NASA) e pesquisadores da Universidade de Utah. Foi também durante esse período que as primeiras tentativas em abarcar os sentidos humanos foram realizadas. A principal delas, o Sensorama, criado por Morton Heilig no começo dos anos 1960, era uma máquina que tentava fazer com que o espectador se sentisse dentro de um filme oferecendo uma experiência tridimensional multi-sensitiva com um largo campo de visão, som estéreo, aromas, vibrações e vento. Devido à falta de interatividade essa máquina não é qualificada como um produto de RV nos dias de hoje mas é um exemplo importante na tentativa de ir além do sentido da visão (Stojsic et al., 2017).

Ivan Sutherland - para muitos, conhecido como o pai da RV - criou, em 1965, o primeiro Head Mounted Display (HMD) ou capacete de visão. O seu protótipo tinha rastreamento de posição e um sistema que permitia ao usuário um ambiente virtual simples. O aparelho era pesado e precisava ser preso ao teto através de cabos (Stojsic et al., 2017).

Do ponto de vista científico, Realidade Virtual pode ser conceituada como:

[...] uma “interface avançada do usuário” para acessar aplicações executadas no computador, propiciando a visualização, movimentação e interação do usuário, em tempo real, em ambientes tridimensionais gerados por computador (Kirner; Siscouto, 2007, p.7) apud Fialho, 2018)

Baseado neste conceito, pode-se inferir que a RV procura recriar ao máximo a sensação de realidade pelo usuário. Esta experiência em geral acontece através da visão utilizando óculos de RV como o Samsung Gear VR (figura 1) e da audição através de fones de ouvido.



Figura 1 — Óculos Samsung Gear VR. Fonte: cnet.com²

Já a RA surge no século 21 como um processo evolutivo da RV permitindo a sobreposição de objetos em 3D no ambiente físico em tempo real, por intermédio de dispositivos eletrônicos (webcam do computador, smartphones e óculos especiais) como mostra a figura 2.



Figura 2 — Demonstração de uma aplicação em RA. Fonte: Augment.com³

De acordo com Fialho (2018) o termo RA vem da palavra em inglês *augmented reality* que foi cunhado na empresa aérea Boeing em 1990 pelos pesquisadores Tom Caudell e David Mizell que pesquisavam outras opções aos caros diagramas e dispositivos de marcação que eram usados para guiar os trabalhadores no chão da fábrica. Eles desenvolveram um complexo programa de computador que po-

¹ Gamificação é o uso de mecânicas e dinâmicas de jogos para engajar pessoas, resolver problemas e melhorar o aprendizado, motivando ações e comportamentos em ambientes fora do contexto de jogos.

² Disponível em: <<https://www.cnet.com/pictures/samsung-gear-vr-2015-pictures/>> Acesso em: 9 de Jun. 2020

³ Disponível em: <<https://www.augment.com/blog/misconceptions-about-augmented-reality/>> Acesso em: 16 de Jan. 2020.

⁴ Código QR é um código de barras bidimensional que pode ser escaneado por aparelhos que possuam uma câmera, como telefones celulares. Este código pode ser convertido em um endereço da internet, um e-mail ou outra informação. No caso em questão, ele funciona como um marcador para o aplicativo saber aonde posicionar um objeto 3D.

⁵ Disponível em: <<https://help.evolvear.io/viewing-ar-content/>> Acesso em: 16 de Jan. 2020.

dia projetar em tábuas polivalentes e reutilizáveis imagens virtuais mostrando a correta posição de furos, especificação de brocas e referências de cabos que por eles deviam ser passados. O recente aprimoramento nessa área tem permitido grandes avanços, isso se dá em grande parte graças a desenvolvimentos em tecnologia móvel com melhores câmeras integradas e processadores mais rápidos. Existem diversos aplicativos de manipulação da RA em diversas áreas como educação, jogos e áreas profissionais como bioengenharia, física, geologia, arquitetura, marketing, etc. O funcionamento se dá a partir de algum aplicativo, a câmera de algum dispositivo móvel (*smartphones*, *ipads* ou *notebooks*) e o marcador. Para enxergar os objetos sobrepostos no mundo físico é necessário um marcador, que geralmente é um pedaço de papel com um código QR (*QR code*)⁴ impresso na sua superfície. O programa depois de ativado lê este símbolo e projeta sobre ele a imagem 3D previamente associada pelo desenvolvedor da aplicação. A visualização dessa imagem 3D é produzida através da tela de um computador ou smartphone como mostra a figura 3 (Oliveira, 2009).

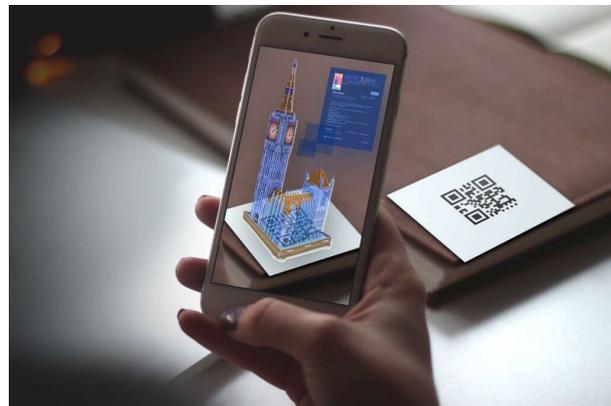


Figura 3 — Imagem 3D projetada no marcador na mesa. Fonte: evolvear.io⁵

A movimentação do marcador pelo usuário faz com que o objeto 3D siga as mesmas mudanças dentro do ambiente em RA (gerado pelo celular), como afirma Oliveira (2009, p.11):

Para interagir com o sistema de Realidade Aumentada, o usuário necessita estar em mãos uma imagem do marcador de referência, cuja composição, em preto e branco, propicia uma leitura binária do software instalado, fazendo assim uma interação com o objeto quase que instantaneamente. A cada movimento que o usuário faz com o marcador de referência o programa gera a leitura, decodifica, re-codifica e redecodifica, retornando ao usuário a imagem atualizada. Por se tratar de uma leitura de um software, todos os simples movimentos com o marcador geram outra leitura da máquina (Oliveira, 2009, p. 11).

Deslocando esses conceitos para o ambiente urbano da cidade, Qureshi, Schnabel e Moleta (2018) descrevem que conforme essas tecnologias se integram no cotidiano das pessoas, torna-se importante entendê-las como uma ferramenta capaz de acentuar e otimizar a experiência corpórea com a cidade, ao invés de impor deslocamentos entre um ponto ou outro da cidade. Aplicativos como o Google Maps permitem que se navegue por lugares desconhecidos, no entanto, pressiona as pessoas a se moverem com rapidez entre pontos das cidades, impossibilitando que pontos turísticos relevantes sejam visitados. É importante destacar que apesar deste artigo focar na RA como forma de acentuar o caminhar (ou seria navegar)

pela cidade através do realce de informações digitais no ambiente urbano utilizando-se os sentidos dominantes da visão e da audição, existem interfaces em desenvolvimento para ambientes de RV e RA que pretendem atravessar essas barreiras implementando os outros sentidos.

Conforme Kalish (2019), interfaces como a máscara *Feelreal* (figura 4) criada por Gary Mostovoy que pode ser acoplada aos óculos de RV permite sentir aromas diversos, mudanças de temperatura, ventos e vibração. Outra interface, criada por uma equipe de pesquisadores na Universidade Carnegie Mellon na Pensilvânia, USA permite virtualizar o sentido de tato transmitindo as sensações de pressão e textura de um objeto 3D através de um aparato (figura 5) montado no ombro do utilizador com cordões ligados a cada dedo, que aplicam uma certa resistência mecânica baseada no que o usuário está “tocando” (Frost, 2020).

Dispositivos que simulem o paladar apresentam-se mais desafiadores de produzir, no entanto existem algumas tentativas que ainda são bastante rudimentares e não estão maduras o suficiente para o consumidor final. O *Digital Taste* (figura 6) é uma interface desenvolvida pelo engenheiro elétrico Nimesha Ranasinghe na Universidade Nacional de Singapura. O equipamento funciona através do controle das sensações de sabor, cor, temperatura e aroma utilizando eletricidade (Matchar, 2018).

Percebe-se então que tecnologias de RA podem acentuar consideravelmente a experiência de caminhar pela cidade, através da imersão na rica história e cultura de um lugar, ou como ferramenta informacional de serviços, pontos turísticos e até como sobreposição da arte na superfície urbana.



Figura 4 – Mascara *Feelreal* permite sentir aromas
Fonte: pcmag.com⁶

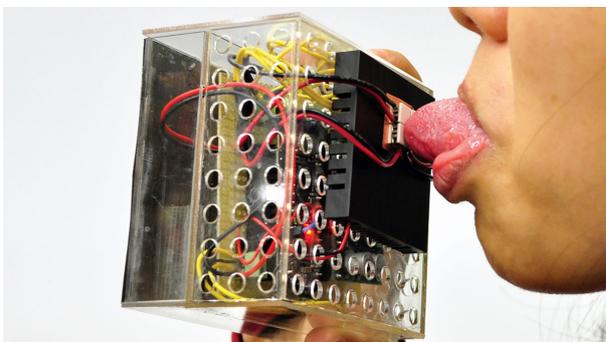


Figura 5 – Wireality, equipamento simula pressão através do tato
Fonte: euronews.com⁷



Figura 6 – Digital Taste, uma interface que simula o gosto de alimentos.
Fonte: besttechmagazine.com⁸

4. Caminhando pela cidade

O poeta francês Charles Baudelaire (1821-1867) imortalizou no ensaio *O Pintor da Vida Moderna*, a figura do *flâneur* – o sujeito que anda pela cidade sozinho, sem rumo, observando apaixonadamente a cidade e seus desdobramentos cotidianos. Nos dias atuais é comum ver as pessoas “flanando” pela cidade apenas pelo prazer de estar em conexão com a vida urbana, no entanto essa prática nem sempre foi comum. A figura do andarilho da cidade surgiu em Paris durante o Iluminismo no século 18 e foi se adaptando conforme a cidade foi se transformando (Frاندoloso, 2014)

Antes da criação de ruas pavimentadas ou transportes públicos, a única forma de se locomover era através dos pés. Caminhar era uma atividade mundana e ordinária que conduzia as pessoas a Igreja, ao mercado mas raramente a lugares mais distantes. Era preferível usar cavalos ou carruagem mesmo sabendo-se que nenhum dos dois era mais rápido, dizia-se que caminhantes não viajavam. Viajar era para os ricos, que possuíam condições financeiras para esse tipo de lazer (Ingold, 2015).

No entanto, os abastados não se interessavam pela experiência da viagem, achavam que era algo extremamente trabalhoso e banal, seu único objetivo era chegar ao destino e obter conhecimento sobre a localidade visitada. As elites da Europa passaram a escrever sobre suas viagens como se não tivessem pernas, pulavam de um destino a outro como se carregada por asas, com o intuito de uma contemplação mais especulativa. Apenas no século 19 que o caminhar toma proporções de lazer, mesmo que fossem apenas passeios ao redor do jardim ou da galeria (Ingold, 2015).

A partir do momento que o transporte público torna-se acessível ao trabalhador, o caminhar deixa de ser algo em detrimento as pessoas mais pobres, não sendo mais uma necessidade em si.

Quando se fala de flânar pela cidade, o autor alemão Walter Benjamin precisa ser citado. Benjamin deixou um grande legado em forma de ensaio sobre a Paris do século 19. A

⁶ Disponível em: < <https://www.pcmag.com/news/can-smell-o-vision-save-vr>> Acesso em: 8 de Jun. 2020.

⁷ Disponível em: <<https://www.euronews.com/living/2020/04/30/revolutionary-new-device-simulates-the-feeling-of-touch-in-virtual-reality>> Acesso em: 8 de Jun. 2020

⁸ Disponível em: <<https://www.augment.com/blog/misconceptions-about-augmented-reality/>> Acesso em: 16 de Jan. 2020.

sua obra inacabada *Passagens (Das Passagen-Wek)* buscou examinar a nova ordem de sociabilidade em voga pela burguesia na modernidade, fragmentos que tratam da cidade de Paris e suas “passagens”, ou seja, suas galerias comerciais. Por elas passavam os moradores da capital francesa na primeira metade do século 19 (Frandonoso, 2014). Até aqui interessou-se em falar sobre caminhar pela cidade como principal atividade para melhor conhecê-la através da interação dos seus habitantes e o ambiente construído. Esta discussão serve de pano de fundo para etapa seguinte onde são exploradas as formas de acentuar a experiência de flunar pelo plano urbano através da RA.

5. Aplicações com realidade aumentada

As discussões anteriores foram importantes para apresentar os sentidos corpóreos e suas relações com o urbano, a relação do caminhar no ambiente construído e os conceitos sobre a tecnologia de RA. Este tópico destaca dois exemplos da RA como forma de acentuar a experiência de percorrer a cidade através de sobreposições do efeito do real.

O primeiro exemplo é um protótipo para um aplicativo de RA desenvolvido pelo Conselho Municipal de Wellington na Nova Zelândia. Esta cidade tem se esforçado para se tornar uma “smart city” nos próximos anos e para isso pretende digitalizar dados novos e existentes, incluindo desde o número e a localização de pessoas em situação de rua, fluxos de tráfego e de pedestres e até mesmo apresentar cenários de possíveis desastres de terremoto e tsunami (Qureshi; Schnabel; Moleta, 2018).

O objetivo do projeto é acentuar a experiência de se mover entre dois pontos em um mapa, em vez de alcançar a rota mais curta para um destino. Uma vez totalmente desenvolvido, o aplicativo CityAR será distribuído ao público para que testem a sua funcionalidade e forneçam sugestões para aprimoramentos. O aplicativo ajuda o usuário a ser um participante ativo dentro da cidade, à medida que gasta tempo para explorar e navegar. Enquanto avançam gradualmente em direção ao destino, os usuários são alertados sobre locais históricos ou pontos de interesse como museus, lojas, mercados, etc.

O segundo exemplo, desenvolvido pela empresa Blippar, é um aplicativo com o mesmo objetivo do projeto anterior, no entanto, este já está disponível para usuários de iOS e podem ser baixados na loja virtual App Store (figura 7). O nome do programa se chama AR City Map e possui três características principais de acordo com o site da empresa:

Navegação básica através da visualização das rotas em RA, conteúdo de mapa melhorado aonde aparece na tela do celular informações como nome de ruas e pontos de interesse, posicionamento visual urbano que permite a sobreposição de informações em prédios (Blippar, 2017)

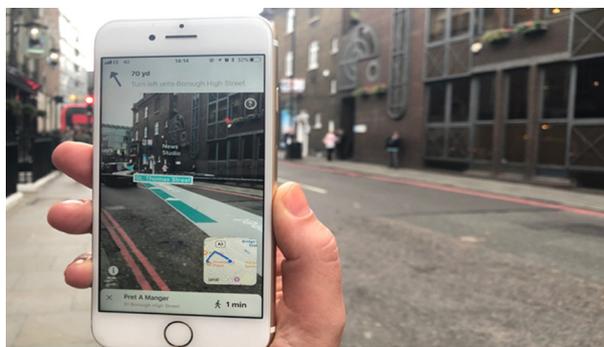


Figura 7 — Aplicativo AR City Map em funcionamento. Fonte: blippar.com⁹

Percebe-se que esses aplicativos revelam que a percepção tradicional do ser humano entre virtualidade e realidade como dicotomia é reconfigurada devido o fato de elementos virtuais se tornarem parte integral da própria realidade. A RA coloca em discussão o que se entende por espaço através da reativação de lugares e novas camadas da cidade no qual a escala da experiência urbana está em constante expansão e contração entre os cidadãos, o tempo e informação (Efrat; Casimiro, 2018).

Pode-se comparar este novo artifício aos guias de viagem, item bastante comum para turistas e até nativos que pretendem desbravar tudo que o espaço urbano tem a oferecer. No século 17 e 18 em Paris eles tem papel fundamental na descoberta e utilização da cidade pelo caminhante (Burke, 2003).

Estes guias acrescentavam a descrição de Igrejas e obras de arte, orientações sobre quais ruas evitar à noite, informações sobre lazer ou onde encontrar mercadorias e serviços. A partir de 1728, se tornava comum escrever o nome das ruas nos muros de casas de esquina em Paris e o mesmo acontecia em quase todas as grandes cidades no século 18. O escritor e arquiteto Germain Brice (1625-1727) inovou ao “ cruzar informações estéticas e práticas em um livro de dois volumes em formato reduzido, que [podia] ser levado para consulta no decorrer da caminhada. Com isso, pela primeira vez, a descoberta da cidade é associada a um deslocamento individual em sequência planejada” (Eichenberg, 2008, p. 2).

6. Considerações finais

Neste trabalho procurou-se discorrer sobre a produção de sentidos envoltos no personagem do *flâneur* que passeia observando a cidade e o modo como os habitantes se relacionam com o meio urbano através da RA utilizando como artifício os *smartphones* ou óculos de RV. Buscou-se também introduzir os cinco sentidos sensoriais humanos e constatar através da pesquisa a hegemonia do sentido da visão e audição como principal forma de “sentir” o mundo. Os aplicativos de RA apresentados se mostraram interessantes uma vez que permitem que as pessoas caminhem pela cidade e tenham uma experiência diferenciada na dualidade que se apresenta entre o caminhar pelo espaço físico e o seu resultado virtual produzindo uma convergência entre a realidade imediata e elementos digitais e materiais. Os artifícios como os *smartphones* ou óculos de RV podem ser utilizados para ajudar as pessoas a se orientarem através da cidade de uma forma tridimensional e mais intuitiva pois não precisam retirar os olhos da perspectiva da cidade,

⁹ Disponível em: < <https://www.blippar.com/blog/2017/11/06/welcome-ar-city-future-maps-and-navigation/> > Acesso em: 18 de Jan. 2020.

além de que a tecnologia pode ressaltar pontos turísticos, serviços e até informações pertinentes durante o percurso. O *flâneur* realçado por Walter Benjamin no século 19, que caminhava pelas galerias de Paris vislumbrando as fachadas envidraçadas das lojas, atento as mercadorias de luxo e transiente em meio à uma modernidade produzida através de imagem e técnica, é ressignificado nos dias atuais através de “navegantes” da hipermídia que transitam pela cidade de olhos atentos aos seus *smartphones*, valendo-se da RV e RA como forma de absorver informações, conectar e se comunicar com outras pessoas e em outros lugares. Durante a pesquisa, constatou-se que há cada vez mais interesse pelas inúmeras aplicações desta tecnologia em seguimentos profissionais e acadêmicos como arquitetura, medicina, logística, astronomia, educação, etc. Grandes empresas como Microsoft e Google estão desenvolvendo dispositivos e aplicações com o intuito de integrar recursos virtuais no mundo real. Em resumo, o diálogo entre tecnologias de RA e a cidade estabelece uma temática interessante e inovadora, que ainda há de render muitas inquietações no futuro. Até lá, este artigo se contenta em explicar de forma geral o cenário atual destes desdobramentos.

Referências bibliográficas

BLIPPAR. **Welcome To Ar City: Beta Of Augmented Reality Maps And Navigation.** 2017. Disponível em: <<https://www.blippar.com/blog/2017/11/06/welcome-ar-city-future-maps-and-navigation>>. Acesso em: 18 jan. 2020.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento I: De Gutenberg a Diderot.** [s.l.]: Zahar, 2003. 244 p. Tradução de Plínio Augusto de Souza Dentzien.

EFRAT, Liron; CASIMIRO, Giovanna. The Augmented Walk: Unfolding the City's Dimensions with Augmented Reality Artistic Interventions. **Interartive**, [s.l.], n. 100, p.1-7, 2018. Disponível em: <https://walkingart.interartive.org/2018/12/Efrat_casimiro>. Acesso em: 15 jan. 2020.

EICHENBERG, Fernando. **Caminhar sem rumo: Flanando Em Paris.** 2008. Disponível em: <<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/acervo/caminhar-rumo-flanando-paris-435984.phtml>>. Acesso em: 18 jan. 2020.

FIALHO, Arivelto Bustamante. **Realidade Virtual e aumentada: Tecnologias para aplicações profissionais.** São Paulo: Érica, 2018. 144 p.

FRANDOLOSO, Luis Fernando. Flâneur: o acaso na fotografia de rua, o novo flâneur e suas maneiras de registrar o cotidiano com dispositivos móveis. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 15., 2014, Palhoça,sc. **Anais...** . Palhoça,sc: Xv Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2014. p. 1 - 13. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-0802-1.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

FROST, Rosie. **Revolutionary new device simulates the feeling of touch in virtual reality.** 2020. Disponível em: <<https://www.euronews.com/living/2020/04/30/revolutionary-new-device-simulates-the-feeling-of-touch-in-virtual-reality>>. Acesso em: 8 jun. 2020.

HOWES, David et al. **The Sensory City Workshop: Sensing the City through Touch and Taste.** 2013. Série de Artigos organizados por Centre for Sensory Studies, Concordia University-Montreal. Disponível em: <<http://centreforsensorystudies.org/the-sensory-city-workshop-sensing-the-city-through-touch-and-tast>>. Acesso em: 13 jan. 2020.

INGOLD, Tim. A cultura no chão: o mundo percebido através dos pés. In: INGOLD, Tim. **Estar vivo: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição.** Petrópolis,rj: Vozes, 2015. p. 70-94.

KALISH, Jon. **Can Smell-O-Vision Save VR?** 2019. Disponível em: <<https://www.pcmag.com/news/can-smell-o-vision-save-vr>>. Acesso em: 8 jun. 2020.

KANASHIRO, Milena. A cidade e os sentidos: sentir a cidade. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba,pr, n. 7, p.155-160, 2003. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/made/article/view/3051>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

MATCHAR, Emily. **Using Electric Currents to Fool Ourselves Into Tasting Something We're Not**. 2018. Disponível em: <<https://www.smithsonianmag.com/innovation/using-electric-currents-to-fool-ourselves-into-tasting-something-were-not-180970005>>. Acesso em: 8 jun. 2020.

NEVES, Thiago Tavares das; SOBRAL, Gustavo Leite. Ossen-tidos da cidade. **Verso e Reverso**, [s.l.], v. 33, n. 82, p.49-57, 31 jan. 2019. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos. <http://dx.doi.org/10.4013/ver.2019.3382.05>. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/verso-ereverso/article/viewFile/ver.2019.3382.05/60746941>>. Acesso em: 14 jan. 2020.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira de. O retorno do olhar (e outros sentidos) para o corpo imerso em Realidade Aumentada. **Ciber Legenda: Dossiê: Corpo, Imagem e Tecnologia**, [s.l.], n. 21, p.1-17, 2009. Disponível em: <<http://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36623/21202>>. Acesso em: 15 jan. 2020.

QURESHI, Cyrus; SCHNABEL, Marc Aurel; MOLETA, Tane. CityAR: Wellington. **Smart Cities**, [s. L.], v. 2, p.687-692, 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/327651767_CityAR_Wellington_Exploring_Cities_through_Mixed_Realities>. Acesso em: 15 jan. 2020.

SEVCENKO, Nicolau. **A Corrida para o Século XXI: No loop da montanha-russa**. 7. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. (Virando Séculos).

STOJSIC, Ivan et al. Possible Application of Virtual Reality in Geography Teaching. **Journal Of Subject Didactics**. Vojvodina, Serbia, p. 83-95. mar. 2017. Disponível em: <<http://aes.bio.bg.ac.rs/index.php/JSD/article/view/182>>. Acesso em: 12 jul. 2019.

TUAN, Yi-fu. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. Londrina: Eduel, 2012.

**Kati Eliana Caetano
Anuschka Reichmann Lemos**

Univ. Tuiuti do Paraná / Univ. Tecnológica Federal do Paraná
Brasil

Dilated perspectives and astronomical views: the use of satellite images in the work of Mishka Henner

The photographic work of Mishka Henner, based on the use of satellite images, guides our reasoning, because it allows us to infer questions about the effect of reality caused by technical images, in their constant tension between procedures of abstraction and iconization. These mechanisms are thematically approved by the game of veiling and unveiling, and in enunciative maneuvers of discovering the symbolic inscriptions of man in the world, in the face of which the subjects place themselves in regimes of belief and confidence in the apparatus. It is based on postulates of discursive semiotics and on some of its consequences, such as the study of the strategies of construction and deconstruction of iconic effects, of the interactional implications and of the relations between body and meaning. The tension between iconic and abstract is not considered only as structural resources, but as cultural forms to mobilize us in the face of the visible and the invisible, the tangible and the intangible, overdetermined by political decisions.

Keywords

Iconization, Abstraction, Interactional strategies, Mishka Henner, Google Earth, Google Streets

Perspectivas dilatadas e olhares astronômicos: o uso de imagens de satélites no trabalho de Mishka Henner

O trabalho fotográfico de Mishka Henner, de apropriação de imagens de satélite, conduz nosso raciocínio, porque permite inferir questionamentos sobre o efeito de realidade provocado pelas imagens técnicas, em seu constante tensionamento entre procedimentos de abstração e iconização. Esses mecanismos são homologados tematicamente pelo jogo de velamento e desvelamento, e em manobras enunciativas de descoberta das simbólicas inscrições do homem no mundo, perante as quais os sujeitos se colocam em regimes de crença e confiança nos aparatos. Baseia-se em postulados da semiótica discursiva e em alguns de seus desdobramentos, como o estudo das estratégias de construção e desconstrução de efeitos de iconicidade, das implicações interacionais e das relações entre corpo e sentido. Não se considera a tensão entre icônico e abstrato apenas como recursos estruturais, mas como formas culturais a nos mobilizar em face do visível e do invisível, do tangível e do intangível, sobre-determinadas por decisões de ordem política.

Palavras-chave

Iconização, Abstração, Estratégias interacionais, Mishka Henner, Google Earth, Google Streets

Introdução

A ideia de que qualquer discurso deriva de outros por meio de procedimentos que Jean-Marie Floch (1995) designa como bricolagem, com base em Lévy-Strauss, permeia várias teorias com denominações distintas. Estudos mais recentes têm falado em mediamorfose (FIDLER, 1998), re-medição (BOLTER & GRUSIN, 2000), práxis enunciativa (FONTANILLE, 2017), ancorados em diferentes epistemes mas todos se reportando à tensão entre recorrência e inovação no eixo de uma dialética tradicional. Ou seja, ao fato de que as criações inscrevem-se em uma prática sociocultural coletiva, de amplitude temporal diacrônica ou sincrônica, e conformada em manifestações estabilizadas que são, no entanto, passíveis de gerar novas possibilidades significativas.

A metáfora do ‘bricoleur’ é expressiva a esse respeito, porque tematiza a ação de transformar discursos antigos em novos, ainda que mantendo qualidades identificáveis dos anteriores. Dentro de um recorte específico, no entanto, que se acentua no debate atual, o limiar entre a inovação e a apropriação cunhada como plágio tem se mostrado tênue, reservando-se ao segundo a intenção de copiar tal qual a versão original com atribuição de autoria própria. Sem pretender adentrar tal debate, que exige fundamentos complexos de avaliação, destacamos que o ambiente web de circulação de quase tudo favorece com mais intensidade procedimentos de apropriação, sobretudo considerando-se a quantidade e redundância de conteúdos e produções divulgadas. Retomar ou replicar imagens em novos ambientes pode despertar, no entanto, interesse analítico quando esse gesto implica percepções singulares em face da enxurrada de dados e informações que consumimos hoje em dia como se fossem imagens aparentemente objetivas e neutras da realidade.

Nas últimas duas décadas, a visualidade do mundo por imagens aéreas, geradas por meio de satélites, ficou acessível a qualquer usuário com um dispositivo móvel. Aplicativos como o Google Earth e Google Maps começaram a fazer parte do cotidiano de pessoas que querem conhecer um local, pesquisar um trajeto, estudar a topologia de diferentes áreas, ou mesmo buscar as opções de serviços próximos ao local onde se encontram. A experiência de olhar o mundo, nesses aplicativos, fez de seus navegadores viajantes aéreos a explorar terras de um ponto de vista perpendicular e distante. E nas diversas explorações possíveis, terras muitas vezes camufladas, proibidas ou desconhecidas, ganham espaço no consumo diário de imagens, marcando território no imaginário cotidiano de cada um.

Google Earth foi criado com o nome de Earth Viewer em 2001, pela empresa Keyhole, Inc. Em 2005, foi adquirida pelo Google, quando o aplicativo assumiu o nome atual. Sua proposta é fazer uma cartografia do planeta, compondo sobre um globo de três dimensões, imagens de diferentes fontes, como satélites, fotografias aéreas e de sistemas de informações geográficas. Seu lançamento criou um desconforto em alguns países por acreditarem que as informações visuais obtidas pelo aplicativo poderiam colocar em risco a segurança de algumas regiões e lugares. Países como a Índia e Coreia do Sul, por exemplo, pediram que imagens de certas áreas do país não ficassem disponíveis.

Vale ressaltar que o aplicativo já criou desdobramentos que navegam pelo espaço, pela lua ou mesmo por Marte – Google Sky, Google Moon e Google Mars.

Google Streets foi lançado em 2005 e desde lá se tornou um dos principais navegadores para planejar trajetos, buscar endereços, pesquisar rotas de transporte público, conhecer uma rua ou rodovia de um olhar perpendicular ou “descer” e conseguir visualizar a área de uma altura de pouco mais de dois metros (streetview). No site do aplicativo¹, eles afirmam cobrir 99% do mundo, mais de 200 países e territórios, e de terem mais de 1 bilhão de visualizações por mês, pelo acesso de 25 milhões de usuários. Seu aplicativo também é formado pela composição de imagens de satélites, de mapas e de imagens captadas pelo “carro do streetview” – automóvel que passeia pelas vias de cidades e estradas captando imagens em 360 graus – assim como imagens de usuários da plataforma.

A navegação por esses dois aplicativos é a origem para diversos projetos de Mishka Henner, artista belga residente em Londres, nos quais ele destaca questões polêmicas sobre consumo, economia, segurança e meio ambiente a partir de cenas disponíveis nas imagens de satélites. Depois de uma carreira como fotógrafo, o artista, desde 2010, passou a editar imagens de locais que buscava na internet. Selecionou imagens aéreas de áreas militares estadunidenses pelo mundo, locais de exploração de petróleo na Líbia e nos Estados Unidos, espaços indisponíveis para visualização na Holanda, e áreas de confinamento e “engorda” de gado, principalmente do estado de Texas, também nos Estados Unidos. O artista também usou imagens do streetview, do Google Maps, uma outra opção de experiência de navegação, para apresentar pontos de possível substituição nas estradas da Itália, Espanha e França.

Seus projetos aéreos tensionam ao 1) revelar a visualidade de questões crônicas da contemporaneidade, 2) apresentar a beleza abstrata e topográfica dessas áreas e 3) ao usar de aplicativos sofisticados, porém de uso banal e cotidiano, para destacar a imagem latente, à espera de ser descoberta. Já ao navegar pelas ruas, a questão da beleza topográfica é deixada de lado, porém o incômodo de saber que nas imagens da Google Maps há muito mais que indicações de rotas é intensificada.

Além de recontextualizar imagens apreendidas como capturas tecnológicas do “real”, consideradas como meras orientações cartográfico-topológicas, o artista faz ressignificar esse sentido de representação do terreno, e de seus percursos, pelo filtro de seu olhar crítico.

Três coleções do conjunto de “works” que consta em seu site (www.mishkahenner.com) serão examinadas aqui pelas formalizações visuais que engendram de conceitos relacionados à produção dos sentidos, além de refletirem duas formas de abordagem da criação geral do artista que se movimenta entre aproximações e distanciamentos desses mecanismos de busca e de suas implicações interacionais: *No man’sland*, de 2011-2013, e *Dutchlandscapes* de 2011, este associado com outro trabalho similar *Feedlots*, de 2012-2013. Não são, porém, casos isolados e sim uma escolha estilística recorrente que define a identidade visual de suas criações, sempre tendo como denominador comum o gesto da apropriação desse tipo de imagem e informação. Fica evidente, de partida, que está no seu foco a crítica ao excesso de fotos em circulação e a invasão de privacidade na sociedade atual, designada por Han (2014) como sociedade da transparência porque nela tudo está

¹ Acesso ao site em 15/05/2010.

claramente exposto. A novidade consiste nos modos que adota para proceder a essa perspectiva, sem realizar nenhuma foto que não tenha sido retomada desses ambientes. Nesse processo, ao selecionar cenas dos aplicativos, editá-las e apresentá-las como coleções de imagens que abordam diferentes questões de viés sócio-político, o artista reconfigura a natureza daquelas imagens, deixando de serem cenas perdidas em um fluxo contínuo, de um consumo sedado (BAITELLO, 2014), para virarem imagens documentárias de questões contemporâneas. Vale ainda destacar que mesmo na figuração excessiva dos trajetos digitais apontados por Henner, propostas de camuflagem/abstração aparecem como elementos que agem em prol do anonimato, da proteção nacional ou da fruição estética. Assim, esse trabalho busca pensar as sutilezas perdidas na visualidade excessiva propostas por Henner.

No man's land ou a perspectiva dilatada

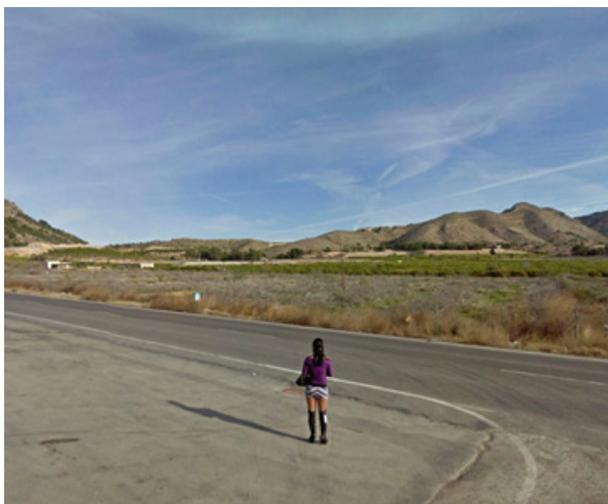


Figura 1 – Carretera de Fortuna, Murcia, Spain (s/d).

MishkaHenner, em 2010, ao ajudar sua companheira, a fotógrafa Liz Loch, em um ensaio sobre prostituição em Manchester, descobriu que algumas mulheres apareciam nas imagens de rua do Street View (Geftter, 2015). A partir dessa primeira pesquisa com imagens de satélite, entrou em fóruns *online* que compartilhavam informações sobre localidades de profissionais do sexo e passou a descobrir alguns pontos de prostituição nas estradas da França, Espanha e Itália (Albers, 2015). Um ano depois, publicou o primeiro volume de *No Man's Land*.

O conjunto das imagens desse projeto apresenta compleições altamente figurativas nos moldes da fotografia de efeito realista, abordagem comum da imagem documentária. Por isso, ganha um interesse suplementar na medida em que corrobora as tomadas e os recursos do *googlestreet* induzindo a leituras diferentes.

O jogo entre distante e próximo ocorre por catálise, uma vez que apenas o próximo se dá a ver, o que indica um desvelamento obtido pelo recurso do *zoom*, revelador de corpos, gestos, paisagens, porém não de rostos. O próprio aplicativo usa um recurso de borrar possíveis identificações, proposta plástica que não deixa de ser intrigante por si só. O contexto de semi-anonimato, em que diversos elementos figurativos que compõem as cenas aparecem com nitidez, as pessoas passam com corpos e gestos definidos,

porém suas identidades 'protegidas'. São figuras humanas em estradas assinaladas por planos na superfície da imagem que sempre dirigem o olhar para a frente ou para o limite do horizonte. Ao contrário do conjunto *Dutchlandscapes* (e outros como *Feedlots*, por exemplo), esse desvelar não se configura claramente como denúncia sociopolítica. Se ela aparece, é por pressuposição, pois a extrema obviedade temática obriga a repensar sobre o significado da escolha fotográfica, que faz pensar de imediato no contraste entre o caráter de "objetivo" do registro (e seu papel de orientação topológica) e a invasão do espaço de privacidade alheia. Os recursos de ação proporcionados pelo controle digital, incluindo a tatilidade para os dispositivos móveis, acentuam o paradoxo: por movimentos dos dedos ou acionamento de um cursor, as figuras podem ser vistas em detalhes. Assim como na visualização de lugares no *Google Street*, é possível movimentar o olhar perscrutando, a paisagem e mesmo os corpos ali posicionados, como se a escolha da profissional passasse por cuidadosa revista. Cabe assim ao espectador decidir penetrar os planos de conjunto e tomadas abertas para transformá-los em registro de figuras próximas, de *closes* borrados, mas com a possibilidade de escrutinar o corpo evidenciado de outrem.

Tais mudanças de focos não são simples recursos técnicos, implicam sim conversões enunciativas relevantes. O espaço de enquadramento da foto é constituído como a superfície imagética do enunciado, ou seja, daquilo que é mostrado e narrado. Ao ampliá-lo, pela ação primeira do fotógrafo que realiza imagens *longforms*, e aproximar seus componentes figurativos, pelo recurso do dispositivo, desfazem-se os limites do discurso circunscrito (do que aparece como representado) que se deixa invadir pelo espaço da enunciação. É nesse mecanismo que a análise minuciosa do registrado torna-se incômoda. Han (2014) diria que nisso reside a pornografia, não no sentido moral em que a prática da prostituição poderia ser interpretada pelo olhar moralista, mas sim pela excessiva mostração de tudo a despeito da vontade do sujeito de se dar a ver.

Polêmica e chocante em princípio, a reação de eventual crítica à atitude do artista retorna em ricochete sobre nós, espectadores/interatores, pondo às claras nossos hábitos de reagir ludicamente às interações dadas pelas potencialidades da tecnologia digital. Em outros termos, levam-nos a indagar: quais são os limites de minha capacidade de visualização do outro e de seu entorno? Como saber quando e como estamos sendo vistos, registrados e nossa imagens circuladas no ciberespaço? Até que ponto o jogo ético de ver (querer ou não ver) e ser visto (querer ou não ser visto) mantém-se dentro de parâmetros aceitáveis pelo respeito ao direito do outro?

Por fim, como avaliar a criação do artista, e de nossa própria fruição de sua obra, pela alegação de seu valor estético? No início, Henner foi severamente criticado pelo trabalho, principalmente por buscar suas imagens sentado em um computador ao invés de ir fisicamente até os locais, e também por representar as mulheres como objetos, sem mesmo existir prova de que eram profissionais do sexo (ALBERS, 2015). Caso assumisse uma postura de documentarista, o processo comum seria ele ir até essas mulheres, conversar com elas, saber de suas vidas, buscar traduzir suas experiências em imagens comprometidas com seus relatos. Dessa forma, atenderia às críticas colocadas. No entanto, em seguida, o artista foi sancionado positivamente como se enfim emergisse a compreensão

da eficácia reflexiva por trás da estratégia. O fato é que o autor questiona de dentro, do fundo desse amplo terreno do visível e exposto de nosso mundo na web, o caráter dilatado do olhar com a prótese das máquinas, encarado euforicamente como um processo natural e instrumental de mapeamento do universo.

Vale comentar, que ao fragmentar o contínuo das cenas de localização digital de aplicativos, Henner desloca a imagem selecionada a um outro *status*, a uma descoberta dentro de um contexto comum. Esse deslocamento da imagem que passa a existir como fragmento, produzindo o sentido nela mesmo, e já não como parte de um fluxo de imagens, propõe um olhar que desvia do entre-imagens, para uma atenção focada entre- elementos. Como não relacionar essa ação ao processo tradicional de um fotógrafo andar pelas ruas suspendendo seu entorno em instantes valiosos? Qual a diferença entre um fotógrafo que busca imagens ao meio, a partir de um real vivido, e de um que busca imagens ao meio pelo filtro de outras imagens? Dessa forma, uma viagem por aplicativos revela-se em um mundo de sutilezas a serem desveladas, cheio de mistérios, questionando o uso comum e pragmático dos aparatos.

Ao espiar essas cenas em que mulheres parecem deslocadas de seus espaços sociais para estarem a esmo, na beira de estradas, geralmente olhando para horizontes distantes, em isolamento de seus corpos cujas identidades estão borradas, traduzem a fragilidade de uma existência real ao mesmo tempo que promovem o poder de consumo dessa condição. Por esses motivos, como não revermos as críticas a Henner, ao pensarmos que a questão não é a prostituição em si, muitas vezes abordada de um ponto de vista moralizante e não sociopolítico, mas o mundo simbólico já pulsante das imagens de satélites e perdidas no uso do fluxo contínuo de aplicativos.

No outro trabalho que examinaremos a seguir - *DutchLandscape* -, assiste-se ao processo contrário de passagem da iconização para a abstração. Abstrair e iconizar define o eixo latente em que as formas simbólicas transitam para a expressão e a comunicação. Não há signos icônicos *a priori*, nem ideias sem um mínimo de figuração. Em semiótica, o espraio de traços semânticos mais abstratos configuram os discursos temáticos, enquanto sua concreção em feixes figurativos caracterizam o processo de iconização (FONTANILLE, 2005). Se em *No man's land* a perspectiva se dilata para o próximo, o particular, neste novo projeto é a visão "panorâmica", nos termos que Bragança de Miranda (2008, p. 45-46) utiliza para se referir a Palomar de Calvino, que delinea o tom interrogativo do trabalho, igualmente baseada em mecanismo do *Google*. Aqui prevalece a denúncia e não o desvelamento, embora este esteja também presente.

Entendemos pelo desvelamento o ato de descortinar cenas inesperadas responsáveis pelo incômodo de inferir que não estamos apenas percorrendo lugares captados por uma câmera sofisticada para nos orientar; já a denúncia inscreve-se aqui como a detecção do que há por trás de certos ocultamentos capazes de revelar muito mais do que expressam formalmente - os problemas crônicos de nossa sociedade.

DutchLandscapes, Feedlots ou o olhar astronômico

Dando continuidade ao fomento criativo de encontrar seus projetos em aplicativos com imagens de satélites, em 2011, e querendo discutir a transformação da paisagem da Holanda durante as últimas décadas, Henner percebe que certas áreas do país estavam camufladas. As fotos do projeto *DutchLandscapes*, mesclam figuras identificáveis (terras cultivadas, áreas verdes) com grandes zonas cromáticas de natureza abstrata. Não se pode dizer que nesse caso as figurações e as manchas compõem uma forma de experiência da ambiência vivida, como disse Merleau-Ponty a respeito desse tipo de composição mista na pintura de Cézanne (1980).



Figura 2 — StaphorstAmmunitionDepot, Staphorst

Pelo fato de originar-se de imagens via satélite, o grau de definição é alto e os contornos entre a parte "objetiva" e a "subjetiva" são nítidos. Surpreende-nos descobrir que as manchas não resultam de uma intervenção propriamente pictórica do artista, mas de alterações técnicas na imagem produzidas pela própria programação dos aplicativos, por decisões de caráter político. O efeito, porém, é o de pinceladas de um pintor que parece querer exibir as marcas de sua intervenção em projeção enunciativa do sujeito no enunciado, e o resultado é intrigante porque gera a percepção de ocultamento de parte do que seria visível da superfície fotografada. Surge necessariamente a indagação do que está se escondendo e o recurso tanto à explicação verbal, quanto à tentativa de identificação do local, são acionados. O tom de denúncia emerge quando se descobre que as manchas cobrem lugares considerados secretos pelo governo holandês. Nesse caso, a relação verbovisual é importante para o público em geral, que não tem conhecimento da região. É ela que vai orientar a direção do olhar, alternado entre a composição estética do todo, como um grande desenho recortado por formas geométricas cromáticas, e a visão de uma superfície real entrecortada por intervenções posteriores. Em virtude do *arché* fotográfico (SCHAEFFER, 1996), atribuidor de valor de referência ao retratado como cópia da realidade, segundo um acordo que a vê como "modelo de la veracidad y de la objectividad" (BOURDIEU, 2003, p. 135), a imagem acaba inscrevendo duas formas simbólicas de expressão como se fossem o modo natural e o modo artificial do parecer do mundo, este último determinado por ato enunciativo do poder instituído com respeito às representações do visível. Entende-se claramente a zona abstrata como o artifício e a icônica como decalque, do que deriva a leitura da primeira como algo a ser investigado.

Assim como a intervenção oficial tem caráter político, a opção de Henner em dar destaque a esse processo também é revelador de uma postura de questionamento na apropriação. Cabe lembrar que a liberação de acesso do Google a suas imagens satélites em 2005 criou a impressão de abertura da visibilidade do mundo pela janela democrática da *web*, embora nem tudo estivesse disponível, por razões que muitas vezes independiam da plataforma, e nem tudo o que o sistema podia captar foi disponibilizado em resolução fotográfica. Recursos variados foram empregados por governos e órgãos de segurança nacionais para velar locais considerados estratégicos, usualmente por meio do “uso de clonagem, desfoque, pixelização e branqueamento de sites de interesse” (*site* do próprio trabalho de Henner).

O caso do governo holandês desperta a atenção perspicaz de Henner, porque em seus mecanismos de ocultamento, “incluindo palácios reais, depósitos de combustível e quartéis do exército” sobrepõe “polígonos arrojados e multicoloridos sobre sites, em vez das técnicas mais sutis e mais padrão empregadas em outros países” (*site* do artista). O efeito final assemelha-se a uma intervenção artística, dir-se-ia de tendência impressionista porém em forma geometrizarante, que mantém contiguidade cromática com as cores dos terrenos urbanos e rurais captados. Ao expor essas imagens como fotos-pinturas em grandes dimensões sobre as quais se pode transitar nas telas do espaço digital, o artista impele-nos a buscar conhecer esses pontos de referência em outras fotografias tomadas de perspectivas horizontais, terrestres, a partir das identificações dadas pelas legendas. Pelo jogo alternado de figurativizações das imagens satélite (vistas do alto), das iconizações fotográficas dos locais (buscadas pelas fotos da internet) e de suas abstrações em manchas pictóricas nas formas de geolocalização, o trabalho de Henner encena os limites e as ilusões de nossa visibilidade e acessibilidade, oscilante entre ver o mundo segundo formas estabilizadas de representação (FONTANILLE, 2005), supondo que estamos vendo de fato o mundo real, e percebê-lo conscientemente como imagem, atravessada por filtros perceptivos e ideológicos. Não se considera, portanto, a tensão entre icônico e abstrato apenas como constituintes eidéticos, recursos estruturais de identidade estilística, mas como formas culturais a nos mobilizar em face do possível e do impossível, do tangível e do intangível, do visível e do invisível, sobredeterminadas por processos decisórios outros alheios à nossa capacidade e vontade. Nesse sentido é que o dispositivo de apropriação de imagens da internet, com ou sem intervenções explícitas, mostra sua capacidade reflexiva a despeito de ser considerado uma espécie de “affordance” da própria reprodutibilidade técnica. Ou seja, a disponibilidade de produtos, sua circulação global e facilidade de replicabilidade poderiam justificar a ideia de lançar mão desse acervo (uma vez que “prontos-à-mão”, como diria Heidegger, Apud INWOOD, 2004) para engendrar mais material técnico-tecnológico em novos contextos. Tal raciocínio seria, porém, muito óbvio.

A novidade de certas apropriações na arte é que elas têm o poder mítico da caixa de Pandora, que, ao ser aberta, permite re-ver os males do mundo, e, por meio desse processo, perceber o natural sob a forma do estranhamento (CHKLOVSKI, 1976, p. 39-56). No tocante aos propalados avanços da sociedade digital, poder-se-ia ainda acrescentar que tais progressos podem reforçar uma visão ainda perspectivista e geometrizarante (HILLIS, 2003) do mundo

sob a égide de uma ação policial (RANCIÈRE, 2005, 2018a, 2018b) controladora.

No *site* das obras de Mishka Henner consta que:

No livro original desta série, essas intervenções são apresentadas juntamente com alterações físicas feitas na paisagem holandesa através de um vasto projeto de recuperação de terras que começou no século XVI e está em andamento. Um terço da Holanda fica abaixo do nível do mar e as dunas, diques, bombas e redes de drenagem projetadas ao longo de centenas de anos moldaram dramaticamente a paisagem do país, proporcionando enormes extensões de terra arável que, de outra forma, seriam submersas. Visto do olhar distante dos satélites em órbita da Terra, o resultado é uma paisagem sem igual; aquele em que polígonos recentemente impostos à paisagem para proteger o país de uma ameaça humana imaginada tem mais do que uma semelhança passageira com uma paisagem física projetada para combater uma ameaça natural muito real e constante.²

Do ponto de vista estético, emerge a surpresa da latência da imagem que aparece em seu aspecto fenomênico, como figuras ou como formas indefinidas, provocando a percepção de uma beleza subjacente à objetividade e ao cálculo conceitual embutido nas câmeras (FLUSSER, 1985). Essa percepção de Henner em face de imagens geradas por aparatos técnico-tecnológicos assinalam a complexidade da cultura em circulação digital, porque ela nos atinge paradoxalmente pela beleza e pelo rastro de nocividade que pode carregar, desde que olhares mais críticos e sensíveis a coloquem em cenas de viés reflexivo.

Outro trabalho do artista, na mesma linha de recuperação de imagens abstratas às quais ele busca dar uma figuratividade reconhecível (verbal) e, por meio desta, o desvelamento da realidade representada, é *Feedlods*, de 2012-2013. Expõe áreas de confinamentos de gado, criados em curto tempo para abate e maximização de lucros, disfarçadas nos registros do *Google Earth* por meio de densos conjuntos de pontos em branco e preto, indistinguíveis à primeira vista pois se assemelhavam a massas “bacterianas”. Henner procurou conhecer a fundo as atividades e os métodos desses sistemas de confinamentos, incluindo tempo de maturação para abate, uso de remédios e hormônios, espaços mínimos de escoamento de urina e esterco e a decomposição de resíduos em lagoas e no solo. É assim que explica as diferenças cromáticas, pelo grau de toxicidade dos despejos:

Diferentes misturas químicas explicam os vários tons tóxicos de cada lagoa. Essas fotos foram tiradas juntando centenas de capturas de tela de alta resolução a partir de software de imagem de satélite acessível ao público. Os resultados são impressões

² In the original book of this series, these interventions are presented alongside physical alterations made to the Dutch landscape through a vast land reclamation project that began in the 16th Century and is ongoing. A third of the Netherlands lies below sea level and the dunes, dykes, pumps, and drainage networks engineered over hundreds of years have dramatically shaped the country's landscape, providing it with huge swathes of arable land that would otherwise be submerged.

Seen from the distant gaze of Earth's orbiting satellites, the result is a landscape unlike any other: one in which polygons recently imposed on the landscape to protect the country from an imagined human menace bear more than a passing resemblance to a physical landscape designed to combat a very real and constant natural threat. Disponível em: <https://mishkahenner.com/Dutch-Landscapes>.

de grande clareza e detalhes que capturam os efeitos dos confinamentos na terra. A indústria da carne é um assunto carregado com uma carga moral e ética. Mas quando penso nessas fotos, não vejo apenas fazendas gigantes, vejo uma atitude em relação à vida e à morte que existe em toda a cultura contemporânea. Essas imagens refletem uma planta e um horror que estão no coração da maneira como vivemos.” - Op-Ed, LA Times.³

O nível de abstração dessas imagens é ainda mais acentuado do que o conjunto de *DutchLanscapes*, e portanto, mais contundente a ação política de Henner (RANCIÈRE, 2005, 2018a, 2018b) ao expor não apenas a denúncia do fato em si, mas dos procedimentos policiais de controle (Idem). Seu caráter pictórico, sua fruição estética, fica igualmente em evidência, por isso a surpresa do leitor aumenta ao saber do que se trata e, sobretudo, diante do fato de que a imagem é retomada do *Google Earth*.



Figura 3 — Coronado Feeders, Dalhart, Texas (2012). Archival pigment print, 102x122cm / 150x180cm.

Enfatizamos as estratégias semióticas responsáveis por tais efeitos, bem como o procedimento *bricoleur* insólito de Henner, mediante a tese da efetividade das manobras enunciativas. São duas as instâncias de enunciação dessas imagens: a primeira é responsável pela intervenção na estrutura discursiva de sua superfície, especificamente em suas formas de figuração, de responsabilidade do sistema do *Google* e dos seus parceiros. A segunda consiste na re-

produção dessas imagens, acompanhadas de texto explicativo e legenda, em tamanho de grande dimensão e com possibilidade de ampliação de seus detalhes no caso do registro digital, pela transcrição que delas faz o fotógrafo. Nessa nova contextualização, alteram-se as condições espaço-temporais de recepção da imagem, tanto pelo fato de que saem dos ambientes de busca de geolocalização e mapas do *Google*, perdendo, portanto, essa funcionalidade, e incitam uma parada do olhar em pontos específicos fora do controle do usuário. O recurso a imagens de grandes dimensões (*longform*) no ciberespaço tem sido constante, tanto nas produções artísticas quanto jornalísticas, porque articulam o passeio visual pela imagem à medida que se faz a rolagem da página, com efeitos de sentido claros de proximidade e presença dos fatos em virtude do deslocamento causado pela ação do fotógrafo. Integram-se, portanto, experiências concomitantes de espacialidade e temporalidade de práticas e lugares em novos cenários, mantidos, porém, os rastros daquilo que nas plataformas do *Google* se perdeu. Ainda que ressemantizadas, as imagens guardam o valor de indicialidade outorgada pela sua instrumentalidade original, e isso as torna, paradoxalmente, manifestações “realistas” de um mundo irreconhecível. No processo criativo de Henner, vale ainda destacar dois pontos de interrupção que definem sua obra. A experiência de navegação dos aplicativos usados pelo artista é contínua e fluída, caracterizada pela sobreposição sucessiva de diversas imagens que, no eixo de um fluxo de visualidade, promovem a ideia de movimentação por áreas maiores ou menores do planeta. O acesso a essas fotos, e seu consumo por telas digitais variadas, conferem a efemeridade e a transitoriedade comum da experiência digital. No entanto, o artista interrompe tanto o fluxo contínuo quanto a natureza binária de suas fontes, compondo imagens congeladas e fixadas em diferentes formas de materialidade. Além de Henner escolher o instante e o enquadramento que compõem suas cenas, é a partir da colagem (novamente) de pequenas áreas aproximadas da cena escolhida que consegue a qualidade necessária para a impressão física de imagens. Dessa maneira, ele monta exposições, publica livros fotográficos assim como cópias de suas produções imagéticas. O fato de trazer as imagens digitais, inscritas e consumidas de formas efêmeras, para o mundo da materialidade, dentro de formatos clássicos de apresentações artísticas, faz com que a nossa atenção, aqui, saia dos trajetos das interfaces digitais, para a inserção dessas imagens em sistemas convencionais valorizados na circulação da arte. Seus ensaios passam pelas instâncias de apreciação e validação de alta qualidade, envolvidos no trânsito de seus ensaios por espaços e formatos de contemplação, onde relações espaço-temporais com as obras tem um outro compasso. Por mais que divulgue o trabalho em seu site, o que poderia ser considerado um retorno dos trabalhos ao seu espaço de origem, as imagens voltam com novas camadas de sentidos e novos valores de apreciação.

³ Different chemical mixes explain the varying toxic hues of each lagoon. These pictures were made by stitching together hundreds of high-resolution screen shots from publicly accessible satellite imaging software. The results are prints of great clarity and detail that capture the effects of feedlots on the land. The meat industry is a subject loaded with a moral and ethical charge. But when I think of these pictures, I don't just see gigantic farms. I see an attitude toward life and death that exists throughout contemporary culture. These images reflect a blueprint and a horror that lie at the heart of the way we live.” — Op-Ed, LA Times. Disponível em: <https://mishkahenner.com/Feedlots>.



Figura 4 e 5 — Exposição na Galeria da Hasselblad, em Gothenburg (2016) e Imagem do livro *Dutch Landscapes* (2011).

A terra como um corpo de inscrições

As fotos presentes no Google e similares dão ao mundo a configuração de um corpo marcado por inscrições. Em sua narrativa, esse corpo equivale a um actante semiótico, porque pleno de significações, e por conseguinte constituído semioticamente por planos da expressão e do conteúdo. As linhas e manchas delimitam topologias com as quais criam formas identificáveis, o que faz pensar em uma correspondência unívoca entre as figuras demarcadas e seus sentidos. Assim, a imagem de um conjunto denso de árvores é interpretada como uma mata e os desenhos angulares como casas ou edifícios, os círculos azuis como piscinas e o grande volume de água com suas ondas pontuam as zonas oceânicas. Graças à interatividade dada pela plataforma o olhar vertical, de cima, pode se aproximar em *zoom* até uma distância próxima a tais representações e locomover-se em (quase) 360°, gerando a impressão de que circulamos pelo entorno focado.

Há então uma convocação do sujeito, por intermédio de seu corpo próprio, principalmente da visão e do tato, a estabelecer a interface com esse corpo-actante como superfície de inscrições (FONTANILLE, 2016), do que derivam implicações interacionais relevantes. Olhar o mundo desde cima e dele se aproximar como se estivéssemos com uma câmera na mão altera a forma tradicional de inspecionar mapas. Resultam daí efeitos característicos da cultura digital como a ubiquidade e sua conformação estética de fluxos, a interatividade, a personificação, e outros, que angariam a percepção de um controle maior do homem sobre a superfície global e sobre tudo o que nela circula. Os trabalhos de Henner, em geral, recuperam essa ideia de topicalização global do sujeito e também de sua capacidade de agir pelos meios técnicos. Ao mesmo passo, evidencia as brechas abertas por tais sistemas de acesso às grandes bases de dados para as suas próprias intervenções, denunciando seu caráter arbitrário, invasivo e artificioso. Imprime, assim, outras marcas de inscrição sobre aquele corpo-super-

fície de inscrição que lhe é proposto como resultado da projeção técnica: adentra espaços não previstos mostrando a percuciência do olho da máquina (*No man's land*); põe em relevo formas públicas de disfarçar toda a cartografia do terreno, inclusive por operações estéticas de camuflagem em que figuras abstratas se dissimulam nas mesmas cores dos ambientes (*Dutch Landscape*) ou descortina problemas socioeconômicos nas nuances pictóricas do espaço representado. Forma e conteúdo perdem então sua relação de univocidade que parecem nos dar os trabalhos técnicos e expõem a polissemia das formas (*Feedslots*).

É interessante ressaltar que o artista estende a percepção desse jogo de esconde-esconde a outras situações, abordando-o às vezes de uma forma lúdica, como a provar o domínio que tem do sistema. Em outro de seus trabalhos, tomado aqui apenas como ilustração, Henner brinca com fragmentos de imagens que, preenchidas, remetem a fotos de Robert Frank, fazendo trocadilho do título original francês de 1958 *Les américains* (*The Americans*, editado nos EUA em 1959) com *Less americans*, nome dado ao seu projeto. O livro de Robert Frank, cuja obra é considerada a representação icônica primal da fotografia documental, tem suas imagens largamente expostas desde a primeira publicação, sendo um marco no imaginário de fotógrafos do mundo todo e lendário por sua crítica, sutil e melancólica, ao estilo de vida dos estadunidenses dos anos 1950. Henner, assim, retorna ao trabalho de Frank e retira segmentos do conjunto figurativo, em especial as formas do plano da expressão que permitem o reconhecimento (e as identidades) dos processos de iconização do rosto humano, para apresentar um mundo com “menos” americanos. A publicação de *Less Americans* segue o modelo exato da publicação original.



Figura 6 — Imagem do livro *Less Americans*, de Mishka Henner.

Na verdade, essa série não é apenas exemplar, é sim metafórica de toda sua engenhosa bricolagem das coisas da esfera digital, tanto do que ela contém de acervo artístico quanto das prospecções que apresenta como “verdadeiras” inscrições do real. Sua bricolagem não fica restrita ao mundo das imagens. Em 2010 ele juntou 3000 frases que compunham diferentes definições para a fotografia. Todas as frases iniciam com o título do livro, *Photography is*. Ao apresentar o livro em seu site, Henner explicita o modo de montagem da obra, problematizando o próprio valor documental da fotografia, assim como a condicionante semântica que orienta o processo de compreensão do visual pelo verbal: “espelhando a natureza ambígua e não confiável das próprias fotografias, cada frase deste livro foi tirada do contexto que apareceu originalmente. O resultado é contraditório e caótico, frustrante e perspicaz. Em suma, é a fotografia sem fotografias”⁴ (site do artista, tradução nossa). Em suma, é o trabalho de Mishka Henner.

⁴ *Mirroring the ambiguous and untrust worthy nature of photographs themselves. each phrase in this book has been torn from the context in which it originally appeared. The result is contradictory and chaotic, frustrating and insightful. In short, it is photography without photographs.*

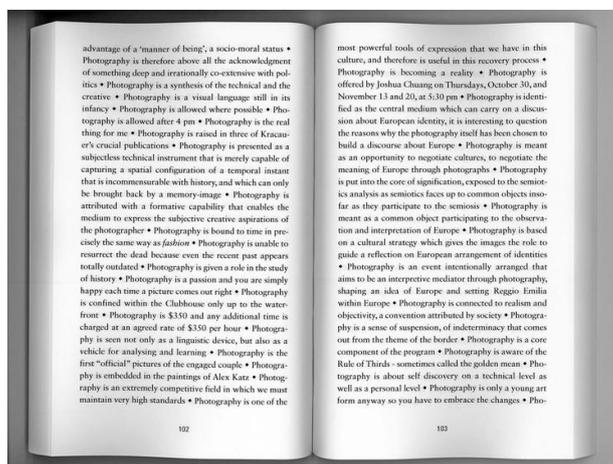


Figura 7 — Imagem do livro *Photography Is*, de Mishka Henner.

Considerações finais

Movimentar-se pelo conjunto das obras de Henner, incluídas as formulações verbais que tanto explicitam os motivos de seu interesse temático quanto as formas de criação, equivale a elaborar em formalização verbovisual uma tentativa de compreender as formas simbólicas em seus sistemas de relações e processos de combinações, ou, nos termos de Jakobson, ir do paradigma ao sintagma e vice-versa, entre construções metafóricas e metonímicas a serem consideradas como a base de toda constituição de sentidos (Jakobson). Segundo Fiorin (2020), Jakobson “fonde une sémantique de base, où les effets de sens sont produits soit métaphoriquement, soit métonymiquement. Ces processus sont associés à la condensation et au déplacement, quant à eux concitatifs, selon Freud, du rêve et du mot d’esprit.” (p. 3) Assim podem ser percebidos os efeitos de sentido provocados pelas fotos de Henner, alternando entre incorporações que parecem manter similaridade com discursos-fonte, mas que geram novas leituras nessa linha do tempo e do espaço sobre a qual se cotejam os tecidos semióticos em circulação (*Dutch Landscape, Feedlots*) e outras que projetam a contiguidade das formas em campos semânticos distintos a serem explorados em suas partes pelo fotógrafo e pelo leitor (*No man’s land* e *Less Américains*).

Com base no encontro já suficientemente discutido desses dois eixos, Henner opera seus investimentos próprios de uma retórica da imagem calcada na ilusão figurativa, por meio de mecanismos de abstração e iconização, homologadas tematicamente pelo jogo do velamento e desvelamento, e em manobras enunciativas de descoberta das simbólicas inscrições do homem no mundo, perante as quais os sujeitos colocam-se em regimes de crença e confiança nos aparatos. Desmistificá-los é o papel da arte, e às vezes usando-os em processos de imunização derivados de sua própria substância tóxica.

Bibliografia

- ALBERS, Kate Palmer. **Public life and the private screen**. (2015) Disponível em: <http://circulationexchange.org/articles/nomansland.html>. Acesso em 16/05/2020.
- BOHR, Marco. **Mishka Henner and the boundaries of photography**. Disponível em: <https://www.photomonitor.co.uk/mishka-henner-and-the-boundaries-of-photography/>. Acesso em 16/05/2020.
- BOLTER, Jay David & GRUSIN, Richard. (2000). **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge: The MIT Press.
- BRAGANÇA DE MIRANDA, J. A. (2008). **Corpo e imagem**. Lisboa: Nova Vega, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. (2003). **Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía**. Barcelona: Gustavo Gili.
- CHKLOVSKI, Viktor. *A arte como procedimento*. In: **Teoria da literatura: os formalistas russos**, Porto Alegre, Globo, 1976, p. 39-56.
- FIORIN José Luiz. *De la thétorique à la rhétoricité. Actes Sémiotiques*, nº 123, 2020, p. 1-11. <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/6414>.
- FLOCH, Jean-Marie. (1995). **Petites mythologies de l'œil et de l'esprit**. Paris/Amsterdam: Hades Benjamins.
- FLUSSER Vilém. (1985). **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. São Paulo: Hucitec.
- FONTANILLE, Jacques. (2016). **Corpo e sentido**. Londrina: Eduel; Paris: Presses Universitaires de France.
- _____. (2017). **Práxis e enunciação: Greimas herdeiro de Saussure**. Gragoatá. Niterói: IL/UFF, v.22, n. 44, p. 986-1004, set.-dez.
- _____. (2005). **Significação e visualidade: exercícios práticos**. Porto Alegre: Editora Sulina.
- GEFTER, Philip. **Mishka Henner uses Google Earth as muse**. Disponível em : <https://www.nytimes.com/2015/08/30/arts/design/mishka-henner-uses-google-earth-as-muse-for-his-aerial-art.html>. Acesso em 16/05/2010.
- HAN, Biyung Chul. (2014). **A sociedade da transparência**. Lisboa: Relógio d'Água Editores.
- HILLIS, Ken. (2003). **Sensações digitais: espaço, identidade e corporificações na realidade virtual**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos.
- INWOOD, Michael. (2004). **Heidegger**. São Paulo: Edições Loyola.
- JAKOBSON, R. (2010). **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix.
- MERLEAU-PONTY, M. (1980). *A dúvida de Cézanne*. In: **Textos selecionados**. São Paulo: Abril Cultural.
- RANCIÈRE, Jacques. (2018a). **O desentendimento: política e filosofia**. São Paulo: Editora 34.
- _____. (2018b). **Crônicas de los tiempos consensuales**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Waldhuter Editores.
- _____. (2005). **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo: EXO Experimental org./Ed. 34.
- SCHAEFFER, Jean-Marie. (1996). **A imagem precária: sobre o dispositivo fotográfico**. Campinas, SP: Papirus.

The consumption of sacred in *online* spaces

In consideration of the useful relations established between sacred, demand and attendance in online religious groups we submit the present article. The Candomblé acknowledge the importance of being part of digital spaces whose purpose is to spread and to support belief. This practice meets the needs of our time, which is defined by our consumer society, in itself a symbol of worship. It is, therefore, not necessary to be inside a physical temple in order to become religious. As proposed by Sbardeloto (2012, p.1-2) the faithful, wherever they are, as long as they own a digital device with internet connection, develop a new bond with the transcendent, as well as a new cult environment. We propose an ethnography in order to thoroughly analyse how these Afro-Brazilian communities occupy the digital space. Like any other institution, to be part of those environments means trying to guarantee a place in a system defined by profit.

Keywords

Candomblé, Consumption, Portugal, Ethnography,
Netnography

O consumo do sagrado nos espaços *online*

Em meio às ligações profícuas estabelecidas entre o sagrado, o consumo e a participação de grupos religiosos nos espaços online, propomos este trabalho. O Candomblé reconhece a importância de estar inserido digitalmente, nos espaços, responsáveis pela propagação e manutenção da crença. Prática que dialoga com as demandas de um tempo presente, pautado pelo consumo, inclusive, simbólico do sagrado. Sendo assim, não basta estar em um templo de pedra para se reafirmar como sujeito religioso. Como propõe Sbardeloto (2012, p.1-2) o fiel, onde quer que esteja, quando quer que seja – diante de um aparelho conectado à internet –, desenvolve um novo vínculo com o transcendente e um novo ambiente de culto. Propomos uma netnografia para avaliar como essas comunidades de matrizes afro-brasileiras ocupam o meio digital. Como qualquer outra instituição, estar nesses espaços é tentar garantir um lugar na estrutura de um sistema fundamentado pelo lucro.

Palavras-chave

Candomblé, Consumo, Portugal, Etnografia, Netnografia

1. Evangelização como estratégia do consumo

Pensar o consumo como estratégia de evangelização e a evangelização como estratégia de consumo no mercado religioso é, necessariamente, dialogar com as demandas sociais criadas/oferecidas e buscar compreender como a religião da contemporaneidade se coloca na realidade de um mercado extremamente competitivo. Diferentemente da religião no passado, na modernidade, os grupos para se fortalecerem atraem mais fiéis regidos por normas de funcionamento perpassadas pela rentabilidade de suas instituições.

Soma-se a isso o que comentou Oliveira (2012), ao discutir o pensamento de Peter Berger em *O Dossel Sagrado*, acerca da instauração do pluralismo religioso contemporâneo como possibilitando a livre competição entre as religiões e as tradições religiosas, que hoje se transformam em produtos de mercado postos à venda, o que, conforme Berger, gera um contexto de mercado.

Assim, as instituições religiosas passam a desempenhar o papel de agência comercial, e sua tradição se converte em mercadoria. Com isso, uma nova lógica se impõe às religiões, obrigando-lhes a profundas transformações em termos de sua organização e de seus objetivos. (BERGER, 1971, p.169)

Trata-se, portanto, de peculiares configurações resultantes das atuais articulações dos campos sociais, a partir da realidade de que o campo religioso hoje se apropria da cultura, do mercado e dos processos midiáticos, não só para atualizar a existência dos “velhos templos”, e das “novas crenças”, mas também para construir sua presença em novos processos de disputas de sentidos.

Não por acaso, os religiosos atuais têm em seus currículos marcas de vivência atribuídas a maneiras diferenciadas e subjetivas de propagar a fé. Parecem oferecer a possibilidade de sensações momentâneas, rápidas e que proporcionem alegria, numa esfera que dialoga com os princípios, estilos de vida, sonhos, identidades sociais e projetos coletivos da sociedade de consumo.

Nesse cenário, a Religião do Consumo e seu *ethos*, que estimula os fiéis a partir do “hedonismo moderno”, postulado por Campbell (1987), dialoga de forma bastante profícua com a Teologia da Prosperidade e a sua “retórica do querer” (MESQUITA, 2007), se constituindo como um espaço propício para se desejar, de forma lícita, aceitável e sem constrangimentos, uma vida repleta dos signos terrenos de sucesso, corporificados no dilatado consumo de produtos de alto valor comercial. (BRONSZTEIN, 2014, p.140)

Ou seja, o consumo está no cerne da existência de várias instituições, que por sua vez estão constituindo um mercado de múltiplas ofertas e infinitos desejos.

Nesta perspectiva do consumo religioso aliado ao processo comunicacional, concordamos com Toennis (1922) quando nos assegura que, na criação e manutenção de uma visão de mundo, tanto a fé quanto a opinião pública doutrinária dependem e são criadas e mantidas socialmente por meio da comunicação. A comunicação ocorre através da linguagem que consiste em sinais e símbolos, cujo poder está no valor moral que adquirem à medida que seus significados se tornam amplamente compartilhados, dando lugar ao surgimento da vontade social coletivo, conforme anteriormente exposto. Como duas formas dessa vontade social, religião e opinião pública são rivais.

Com efeito, as religiões, bem como a opinião pública, se

esforçam para ser moralmente supremas, de modo a que todas as variedades de fé religiosa tenham uma forte tendência de se tornar na religião por excelência, e todas as expressões particulares da opinião tendam a se tornar na opinião pública aglomeradora. Ambas estão envolvidas em propaganda. A propaganda da opinião pública, especialmente a propaganda política, tem como modelo a propaganda religiosa.

Assim como a propaganda religiosa propaga a fé, a propaganda política propaga a opinião (Tonnie, 1922, p. 261). Ao buscarem supremacia e domínio morais, a religião e a opinião pública usam diferentes sinais e símbolos. Elas também se envolvem em diferentes modos de comunicação. Essas observações sobre a função e a estrutura dos *media* e seu lugar dentro de uma sociedade capitalista sugerem a utilidade de incluir variáveis religiosas no tipo de análise intercultural, político-econômica do conteúdo e função dos *media*, conduzida por Altschull (1995). Também abrem a possibilidade de uma análise verdadeiramente marxista da comunicação religiosa e de massa (Marx, 1909; ver também Grossberg, 1984), enquanto apontam para a necessidade de estudos de retratos da mídia sobre religião e valores religiosos como um teste para a hipótese da espiral do silêncio de Noelle-Neumann (1984).

Aliado a ideia colocada anteriormente, há que avaliar também, como os fiéis utilizam os espaços *online* para propagar a religião no cotidiano, dentro ou fora da fé, por meio da *netnografia*, a qual consiste em observação e análise de conversas e discursos assíncronos e síncronos na internet de modo não invasivo (KOZINETS, 2010). No âmbito desse método, apropriamo-nos dos estudos pertinentes à teoria dos Usos e Gratificações por tratar das variáveis antecedentes do receptor para relacioná-las ao comportamento motivado e o consumo dos produtos dos meios nos espaços online.

2. Enquadramento teórico

O amadurecimento de inúmeros estudos sob vieses de concepções teóricas contribuiu com modelos explicativos do funcionamento do comportamento da audiência dos meios, estabelecendo os princípios básicos e a manutenção de um relacionamento.

Estas pesquisas aprofundadas acabaram por se especializar sobre processos em que o receptor está no centro do debate, por meio do processo de seleção e exposição, com ênfase nos estudos Estruturais e de Usos e Gratificações. Dentro da teoria de Usos e Gratificações, poderemos tratar das ações dos receptores e os efeitos, observados a partir de uma exposição seletiva nos espaços online e físicos, quando se dirigem aos terreiros, aos locais de culto para reverenciar as entidades em que acreditam, e, sobretudo, buscar no líder religioso e nos outros fiéis, maneiras de ganhar força em situações delicadas de “desligamento” de origens.

Utilizamos ainda os Usos e Gratificações como variáveis antecedentes do receptor para relacioná-las com o comportamento motivado e o consumo dos produtos dos meios. Com efeito, podemos lembrar que o princípio da ação da audiência, segundo este referencial teórico (modelo elaborado por Rosengren apud Wolf, 1995:71), é que os participantes da audiência, em contacto com as estruturas intra-individuais e extra individuais, e em interação

com os aparatos sociais, podem ser responsáveis pela conjugação de problemas que exigem satisfação ou solução. A combinação dos problemas e das possíveis soluções (encontradas nos meios) conduz os receptores à exposição seletiva dos conteúdos, produzindo modelos diferenciados de audiência.

As questões sobre o consumo, religião e os espaços *online* tem ganhado fôlego nos últimos anos, em virtude do constante interesse comunitário/religioso em participar do que o ambiente digital proporciona, ou seja, fazer parte dele só não basta, sendo necessário contribuir para a produção e disseminação de conteúdo. Depáramo-nos ainda com o interesse acadêmico por um fenômeno recente e repleto de diferentes nuances a serem exploradas.

O fim dos anos 1990 foi também o período em que o professor de marketing canadense Robert Kozinets criou o conceito metodológico netnografia, um neologismo com as palavras net (rede) e etnografia (KOZINETTS, 1997). Segundo Kozinets, o método permite aos pesquisadores observarem e analisarem conversas e discursos assíncronos e síncronos na internet de modo não invasivo (KOZINETTS, 2010). Embora isto possa ser verdade para conversas isoladas em bate-papos e fóruns online, que é o domínio da análise de texto, a abordagem netnográfica suscita questões éticas e epistemológicas, que serão discutidas adiante.

O ponto de virada e a mudança de paradigma neste tipo da pesquisa de internet etnográfica vieram com o influente e frequentemente citado texto *Virtual Ethnography* (HINE, 2000). No seu estudo de etnografia virtual, a socióloga britânica, Christine Hine, conduziu pesquisa sobre a compaixão de usuários da internet para com Louise Woodward, garota britânica que morava e trabalhava de babá na casa de uma família nos Estados Unidos, acusada de assassinato e julgada em 1997. Por isso, muitos usuários de internet criaram sites a favor ou contra a adolescente. No fim da sua pesquisa exclusivamente online, Hine chegou à conclusão: “É possível para um etnógrafo sentado em um escritório [...] explorar os espaços sociais da internet”. O que é mais importante, a autora reconhece a limitação da pesquisa exclusivamente online em “espaços virtuais”: “A etnografia virtual é necessariamente parcial. Uma descrição holística de qualquer informante, posição ou cultura é irrealizável.” (tradução nossa).

Com base nisso, já no início do século XXI, várias disciplinas em suas bases metodológicas, incorporaram a visão de que pesquisas com motivação etnográfica sobre práticas culturais “na” e “através” da internet não podem ser conduzidas exclusivamente no computador e no “espaço virtual”, mas devem ser multilocal (MARCUS, 1995), incluindo o mundo *offline*. O cientista social Andreas Wittel, cujo domínio acadêmico é a pesquisa em internet desde o fim dos anos 1990, coloca desta forma: “Problemáticas são as etnografias focadas principalmente no ciberespaço. A exclusão dos mundos materiais defendendo, provavelmente não revelará contexto e complexidade.” (WITTEL, 2000, tradução nossa). O autor também sugere o que pode ser feito para melhorar os problemas que surgem: “A pesquisa em espaços virtuais só pode então tornar-se campo virtual se a pesquisa for multilocal, multilocal em sentido estritamente físico: escolas, *lan houses*, locais de trabalho e espaços domésticos” (tradução nossa). Ainda mais “radical”, o antropólogo Daniel Miller e o sociólogo Dom Slater, que investigaram o uso de internet específico para grupos em Trindade e Tobago e o impacto da tecnologia naquela so-

cidade, cunharam a frase: “Se você quer ir à internet, não comece nela.” (MILLER e SLATER, 2000, tradução nossa). Para analisar o “mundo dos bens”, aqui se invoca uma teoria comunicativa do consumo associada ao conceito de ritual. O ritual, em sentido antropológico, procura dar forma e substância aos significados sociais dominantes, ancorando as relações sociais.

Uma sociedade que funciona sem uma qualquer forma de ritual é como se vivesse sem a partilha de uma memória coletiva. Não obstante poder assumir forma verbal, o ritual é mais eficaz quando surge ligado a coisas materiais e quando falamos em materialidade, no contexto da nossa pesquisa, inevitavelmente, falaremos de consumo: “Nesta perspectiva, os bens são complementos ou acessórios dos rituais: o consumo é um processo ritualístico cuja função primeira consiste em dar sentido ao fluxo informe dos acontecimentos” (Douglas e Isherwood, 1978; Sahlins, 1976; Ewen, 1976; Bronsztein, 2014).

No início deste século, a necessidade de criar desejos num público consumidor acabado de se emancipar obrigou a um deslocamento de ênfase, passando-se de uma atenção exclusiva aos produtos para a consideração de todo um contexto em que o importante era a relação entre as pessoas e os produtos. Se a procura de produtos tinha de ser criada pelo próprio mercado (em vez de surgir como reflexo das verdadeiras necessidades dos consumidores), a publicidade teria de incorporar mais referências directas ao público. Aos poucos, a publicidade foi integrando o consumidor numa rica e complexa teia feita de estatuto social e de significado simbólico (Ewen, 1976).

Para deixar confortável o indivíduo que naturalmente apresenta afinidades com o consumo, seja de produtos materiais, ou ainda, bens simbólicos, o campo comunicacional, através da publicidade, confere ao “produto”, neste caso, a religião, propriedades significativas. Esta visão integrada da publicidade poderá ajudar também a conferir a força de uma motivação ao argumento de Sahlins (apud EWEN, 1976, p. 24), segundo o qual o código simbólico (mediatizado através do mercado) “funciona como um conjunto aberto, que responde a eventos que ele mesmo orchestra e assimila de maneira a produzir versões expandidas de si próprio”.

Tal como para Sahlins, também para Baudrillard (1995) a manipulação de um código simbólico constitui o traço mais importante do capitalismo avançado. Os objetos perdem toda e qualquer conexão com a base da sua utilidade prática e em vez disso passam a ser correlato material (o significante) de um número crescente de qualidades abstratas em constante mutação. Esta lógica de significação é que é a verdadeira essência do capitalismo avançado.

3. Metodologia

A primeira coisa que temos em mente na nossa proposta metodológica é considerarmos que precisamos promover algumas “adaptações” no método. A primeira delas reside na adaptação da etnografia para o “mundo virtual” da internet e para a exploração de comunidades online, como sugerido por alguns teóricos que trabalham a etnografia no ciberespaço. Entre eles, temos Kozinets (1997, 2010), com a netnografia, Hine (2000), com a etnografia virtual e Strubing (2004), com a webnografia. Todos os três nos apresentam perspectivas metodológicas bem próximas

e que trazem à tona vantagens e desvantagens para uma descrição holística de estilos de vida e práticas diárias dos atores sociais que interagem (e vivem sua religiosidade) nos espaços das comunidades online.

Desse modo, a pretensão inicial na nossa abordagem metodológica, antes de realizarmos a análise propriamente dita, das páginas do Candomblé, em Portugal, é a de interligar minimamente uma revisão metodológica com achados da investigação etnográfica feita em alguns terreiros durante o ano de 2018.

Em outras palavras, a análise do Candomblé, em Portugal estará ancorada numa etnografia online e *offline*, o que inclui a observação *online* e *offline* dos *ciber* líderes religiosos e dos *ciber*-fieis (também quando estes estão participando nos terreiros). A ideia foi de conseguir coletar elementos que proovessem insights sobre o ambiente vivo e as práticas socioculturais dos agentes religiosos que constituem a religião, em Portugal na tentativa de encontrar as ligações com o consumo contemporâneo e a constituição de uma identidade fruto do laço diaspórico e, assim, o conhecimento etnológico sobre o processo relacional dos terreiros com a sociedade de consumo.

A nossa primeira ancoragem foi à delimitação do nosso campo de observação. Na dimensão física, ficamos restritos a Portugal. Os cultos, nos quais participamos, e que vamos participar, foram realizados em algumas cidades de cá. Isso nos levou a considerar que, na ampliação do campo para uma comunidade online, temos que igualmente delimitar o seu recorte. Onde ele realmente começa e onde termina? Qual é o campo? No caso específico do Candomblé, são as páginas das comunidades deste segmento religioso, no *Facebook*. Nosso principal problema metodológico foi o de saber como definir o campo de pesquisa onde poderíamos interagir e observar os atores religiosos dos terreiros de Candomblé.

De forma mais ampla, uma das concepções possíveis está na discussão entre etnólogos e antropólogos, desde a definição tradicional de campo feita por Bronislaw Malinowski, considerado o fundador da etnologia e observação participante modernas (MALINOWSKI, 1922), é intimamente relacionada a espaços físicos como uma aldeia, um município, ou mesmo outros espaços como uma escola, por exemplo, lócus de observação de vivência e interação nos quais os atores sociais podem ser, além de observados também entrevistados no seu “hábitat natural”. Tal realidade sofre uma reconfiguração e adquire problemas de definição quando planejamos a condução de uma pesquisa no ciberespaço, num mundo de essência virtual e online. Afinal, a internet está em todos os lugares e em nenhum lugar de maneira especial e isso não nega a sua existência em si. Malinowski (1922), antropólogo considerado um dos pioneiros no desenvolvimento da experiência etnográfica, no livro “Os Argonautas do Pacífico Ocidental” (nesta obra, o autor questiona a condição do pensamento antropológico e inova na forma de colher dados gerando elementos diferenciados que ajudaram a compor o conceito de etnologia), narra a experiência de ter vivido com os *trobriandeses* na Melanésia, além de apresentar e sistematizar os fundamentos do método que ele se apropriava. A etnologia assegura que a pesquisa antropológica deve se caracterizar como estudo das instituições e das relações que mantêm entre si e com os costumes. Relações que se estendem entre indivíduos e grupos, ampliando para os indivíduos e o interior do próprio grupo. A etnologia vai além da descri-

ção e pretende comparar, analisar as constantes e variáveis que se dão entre as sociedades humanas, estabelecer generalizações e reconstruções da história cultural. Junto à etnologia costuma-se aplicar a etnografia, que descreve as formas de vida de determinados grupos sociais.

De tal modo que desenhar o campo de uma pesquisa “na” ou “através” da internet parece demandar uma espécie de esforço especial para definir os limites da pesquisa, e o que está, ou não, no seu escopo. Naturalmente, sabemos que aqui não é o caso de levarmos em consideração que todo campo da etnologia é construído – bem como os campos clássicos, aqueles com existência física e *offline*, como os templos da Bola de Neve observados em Recife. Aqui, apenas aparentemente a definição e a construção do campo ficam obsoletas devido a limites físicos, geográficos ou socioculturais (aldeia, município, escola, igreja). No entanto, a pergunta permanece: é suficiente limitar o campo de uma pesquisa etnográfica e o exame de um espaço social na internet a uma “comunidade online” ligada ao seu site com todos os seus links e subpáginas?

No começo da exploração científica social da internet, no início dos anos 1990, uma fixação na pesquisa online exclusiva foi à abordagem predominante. Nessa primeira fase da pesquisa etnográfica na internet estes espaços digitais foram vistos como apartados do mundo *offline*, uma vez que “mundos virtuais” podiam ser criados, abrindo novas possibilidades de participação política, cultural e social. Por exemplo, o estudo etnográfico de referência *Virtual Community* (RHEINGOLD, 1993) é frequentemente mencionado. No seu trabalho, o cientista social concentra-se na internet e o seu possível impacto em processos de socialização. O autor acredita testemunhar a emergência de uma nova forma da vida social, a comunidade virtual, que tem enorme potencial de alterar discursos e processos democráticos nas sociedades fisicamente existentes. Outros textos deste período também devem ser categorizados como “etnografias online”, com pesquisa exclusivamente online. O seu objetivo foi à exploração, descrição, e interpretação de interações sociais na Rede e a identificação de diferentes formas de comunidades, bem como seu papel na formação da identidade online, como, por exemplo, os cientistas sociais Greschke (GRESCHKE, 2007) e Estalella e Ardévol (ESTALELLA e ARDÉVOL, 2007) resumem. Metodologicamente, esta abordagem online exclusiva foi baseada no pressuposto que os espaços culturais “virtuais” e inerentes podem ser observados, com ajuda da observação participante online, e etnograficamente descritos, como qualquer comunidade fisicamente existente. Os objetos de pesquisa eram frequentemente fóruns eletrônicos, salas de chat, e MUDs (*multi-user dungeons*), isto é, *role-playing games* (RPG) de multijogadores baseados em texto.

No entanto, a etnografia tradicional irá complementar a nossa netnografia a analisar às páginas de terreiros online. Numa sociedade marcada pelo pluralismo e por ideias voltadas ao mercado, os terreiros, as casas de culto, as igrejas, assim como as empresas, procuram atender cada vez mais às particularidades do sujeito moderno, em conflito com ele mesmo e num estado de permanente insaciabilidade. A maior parte desses indivíduos busca nos templos serenidade, força, palavras de ânimo para superar os problemas ligados ao cotidiano. A busca é bem maior no campo da elevação da autoestima, exigindo das religiões um tratamento especial e cuidadoso com o fiel/consumidor e

também cliente; afinal trata-se da aquisição de um serviço: intangível, portanto. Caso aquele terreiro, aquela casa de culto não consiga confortá-lo, na mesma velocidade que ele entrou, ele sai em busca de outras, com práticas mais atrativas e promissoras. Mas não apenas isso: diversas instituições também oferecem bens tangíveis para o consumo imediato.

Nesse cenário de consumo e mercado religioso, seus agentes (líderes e fiéis) não são caracterizados pela constituição de laços sólidos ou duradouros nos lugares e nas relações, pelo contrário. Justamente por isso, os terreiros, as igrejas, que muitas vezes mais se parecem com as empresas seculares que disputam o acirrado mercado dos bens de consumo, estão dispostas a ofertar promessas de satisfação garantida, com serviços e produtos de toda ordem.

Com efeito, as religiões se apropriam de mecanismos para transformar o desejo em algo a ser consumido. Quando estabelecemos elos entre o processo religioso e o consumo, nos deparamos com um rico sistema simbólico, que irá atribuir funções para cada ação adotada tanto da igreja quanto do fiel. O indivíduo encontrará motivos de sobra para estar naquela instituição, o que fará com que incorpore vivências do núcleo de força, chamado terreiro, para seu dia a dia.

O entrelaçamento entre a produção de sentido nas denominações religiosas e a produção na sociedade de consumo fica evidente e são constantes, estabelecendo um borramento entre as fronteiras que delimitam o que é religião e o que é consumo. É certo dizer que uma não sobrevive mais sem a outra e o campo que foi alterado nas duas vertentes, estabelece elos de continuidade e manutenção baseados na “troca de favores”, por meio de relações que se tornam vantajosas com as novas maneiras de significar e de se vivenciar o “religioso”.

Nesse sentido, afluem as características que recaem na ideia de consumo, talhadas por Rocha (2006) que o designa como um sistema simbólico articulador de coisas e seres humanos e, como tal, uma forma privilegiada de ler o mundo que nos cerca, a cultura que se expressa através de princípios, estilos de vida, ideais, categorias, identidades sociais e projetos coletivos. O consumo em geral, o que não exclui o próprio consumo da religião, na visão do autor, “é um dos grandes inventores das classificações sociais que regulam as visões de mundo, e talvez nenhum outro fenômeno espelhe com tanta adequação um certo espírito do tempo – face definitiva de nossa época.” (ROCHA, 2006, p.86).

Abaixo seguem registros da metodologia etnográfica participante adotada neste trabalho, em que propomos trazer alguns dos terreiros de Candomblé e Umbanda que visitamos em Portugal.

4. Vestimos branco e fomos à celebração de Ogum, em Aveiro

“Ogum de lei não me deixe sofrer tanto assim. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas”.

O caminho para chegar ao Terreiro Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi (TUTO) é cercado de árvores, poucas casas e chão de terra batida. Como participante de um processo histórico vivenciado em diversos países, os terreiros costumam se localizar nos lugares mais afastados das grandes cidades, em virtude das perseguições que sofreram e ainda sofrem. A casa branca de muro baixo e com um grande terreno ao redor nos mostra sutilmente que ali é um ambiente diferente em relação às casas que o rodeiam, a energia que sentimos ao colocar o pé na calçada e bater palma para que alguém saísse, revela uma característica bem típica do lugar: a seriedade com que o trabalho é conduzido.

Os participantes da festa de Ogum, realizada em abril, já circulava no local, alguns descalços, com turbantes, colares e roupas de cores claras, com predominância do branco, com uma simbologia apropriada em relação a pedidos de paz em tempo difíceis. As crianças brincavam, riam e perguntavam que eu era, naquele ambiente intimista em que todas as pessoas que estavam ali, já se conheciam, eu era a visitante/pesquisadora, como me coloca nas visitas de campo que faço, e junto a mim, tinha um alemão e uma senhora que o acompanhava, éramos o trio de novidade naquele local que compartilha de forma efetiva a ideia de comunidade.

O TUTO, como é chamado pelos seguidores, está localizado em Aveiro, há 263 km de Lisboa, Portugal. Lá, se trabalha, segundo os líderes religiosos Bábáldrís Carlos e a Yalorixá Sílvia Fernandes, dois aspectos. O primeiro é chamado de cúpula material, a qual o seguidor é ensinado a administrar a vida por meio de várias tarefas que lhe são atribuídas, e o segundo, é cúpula espiritual, o que está ligado à mediunidade, as entidades, os guias, a energia que recebe, e toda informação do campo sobrenatural.

A busca pelo equilíbrio se dá através do “controle” relacionado aos bens mundanos, tendo em vista que ao se buscar o equilíbrio, começa-se a avaliar o que tem importância. “É necessário termos o suficiente para que nós possamos ter o equilíbrio e quando nós trabalhamos essa perspectiva, começamos a olhar de forma diferente para as coisas e avaliar o que é essencial para nós.” Yalorixá, Sílvia Fernandes.

O relógio marcava 18h e 15 minutos, e é chegada à hora de começar a festa que tem como intuito, nos proteger de nossos inimigos, que inúmeras vezes somos nós mesmos e utilizar a energia para Ogum abrir os caminhos. As pessoas que lá estavam benziam-se e escolhiam um lugar para começar entoando o trecho que usamos inicialmente, “Ogum de lei não me deixe sofrer tanto assim. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas”. O eco se propagava numa dimensão maior que a que já tem. Foi a primeira vez que eu vi mulheres tocando atabaques. No Brasil, essa é uma função que os homens estão à frente e no TUTO, cá em Portugal, as mulheres ocupam esses postos. A yalorixá da casa, Sílvia Nascimento, pontua que no terreiro, as mulheres realizam atividades iguais a dos homens. “Aqui,

mulher também toca atabaque”. Com essas ações, o terreiro se caracteriza como um local de potencial reivindicação pela igualdade de gênero, questões que podem e precisam ser vivenciadas, sobretudo, nos espaços religiosos, locais em que o poder é legitimado.

As crianças na roda misturavam-se aos adultos, que eram iluminados pelas velas coloridas, fitas azuis, brancas e vermelhas, ao redor dos santos. As músicas eram cantadas com sons mais elevados, e a energia, aos poucos se alterava, o que era visível para nós que percebíamos a presença de vidas distintas ali, para quem acredita. Ao som do atabaque, três pessoas começam a movimentar-se de maneira distinta em relação às outras, através dos movimentos, foi possível distinguir qual era o espírito que por ali rondava, em um panteão de 16 (que é a totalidade dos orixás cultuados, tanto aqui, quanto no Brasil). Foi Oxóssi, o orixá caçador, irmão de Ogum o orixá que dá nome ao terreiro e que torna as caçadas frutuosas e, em consequência, garante a comida em abundância. Sua dança imita a caça, a perseguição aos animais e o disparo da flecha.

Os dois braços movimentavam-se como flechas, os rostos adquiriam movimentos fortes e tortos, a boca movia-se involuntariamente, e era como se a pessoa, já não conseguisse controlar de forma racional os movimentos. É o que chamamos de transe, ou seja, o espírito/a entidade/o orixá toma conta do corpo daquele filho de santo que recebem os cuidados das iabás, das cuidadoras, responsáveis em direcionar que está em transe.

O candomblé é uma representação das muitas vias e possibilidades existentes na contemporaneidade. Se como argumenta Morin (1987), a cultura de massas, através dos imaginários individuais cria o mito do amor e da felicidade e a partir disto se forma o imaginário coletivo, e pensando no argumento de Appadurai (2004) sobre a criação subjetiva de mundos imaginados, é tangível pensar que a forma como o candomblé estruturado, através da hierarquia, da organização litúrgica, colabora para que os fiéis formem seus imaginários, inclusive sobre os laços humanos. O que a religião traz como amor, Deus, entidades, seria um dos elementos a compor os mundos imaginados por este fiéis. Durante a cerimônia, os presentes começam a entregar os pertences ao pai de santo, para serem abençoados, em frente aos orixás, em frente às velas. Logo em seguida, o pai de santo, no meio da gira, chama de um a um dos presentes para rezar, tirar os atrapalhos e pedir que os caminhos sejam abertos. As pessoas se dirigem ao centro, enquanto a música continua com as mulheres nos atabaques e os participantes mais assíduos que acompanham letra a letra.

Um cordão azul e branco delimita o espaço de quem está na gira e do telespectador, que na hora de entrar, é levado pela mão pelo responsável da casa. E chega uma hora, que ele vem até mim, pra que eu vá até o centro, e eu fui. O pai de santo com os braços em movimento, e pronunciando algumas palavras em iorubá, em um discurso, que eu não consegui entender, e nem me esforcei para isto, porque momentaneamente, eu estava concentrada apenas na energia daquele universo mítico, e com os olhos fechados, ouvi apenas o Deus abençoe e voltei ao lugar que eu estava, para continuar tomando nota, do que os olhos conseguiam enxergar.

Depois do trabalho feito com todos os presentes, era chegada a hora da cerimônia aos poucos terminar, e termina com a mesma música que começou, e dessa vez eu já conseguia cantar várias partes da letra.

“Ogum de lei não me deixe sofrer tanto assim. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas”.

5. Depois de Aveiro, fomos ao Ilé Asè Oìà Sangó, em Cascais

No dia 2 de junho, é o mês em que os terreiros celebram as entidades espirituais Exu e Xangô, que representam, respectivamente, a comunicação, é o mensageiro, que faz a ponte entre o humano e divino (abre e fecha os trabalhos), enquanto Xangô, é o orixá da justiça, tem o espírito guerreiro e o ímpeto da coragem. Nesta data, o terreiro Ilé Asè Oìà Sangó, em Cascais, liderado pela mãe de santo, *lalorixá*, Fátima de Iansã e pelo pai de santo, *Babalorixá*, Ricardo de Xangô, realizou uma celebração, e nós estivemos lá.

As realidades são parecidas no que diz respeito aos caminhos que levam aos terreiros. As casas de culto ficam em locais mais reservados, distantes dos grandes centros e o acesso de transporte público tende a ser difícil, sendo a outra parte do caminho percorrido a pé.

Quando o *Google Maps* mostra que o destino está próximo, a rua estava silenciosa e ouvíamos apenas o som do vento e dos pássaros. Ao chegar mais perto da casa, começamos a ouvir vozes de crianças, deduzi que o destino seria o salão de grades verdes e muros baixos brancos.

Tínhamos chegado ao destino. Normalmente, entramos com o pé direito, para trazer boas energias, para quem nelas acredita. O salão é pequeno, no dia, estava decorado, com flores, cheiro de incenso e velas acesas em frente aos santos coloridos e eles pareciam estar sorridentes com aquele ritual que começaria em instantes. A paz proporcionada pelos participantes e o aconchego de um espaço que é utilizado exclusivamente para rituais, estudos e encontros nos deixaram mais leves e cheios de serenidade.

O terreiro cultua 16 orixás e trabalha baseado na importância de manter o equilíbrio entre o lado espiritual e material. Quando falamos sobre hábitos do consumo nas casas religiosas, os líderes religiosos são enfáticos ao não condenar o fato dos seguidores trabalharem e se esforçarem para ter o que consideram ser bom, contanto, que não passe em cima de ninguém. “O ser humano pode gostar da parte material, pode gostar de jóias, pode gostar de coisas caras, mas também tem que ver um equilíbrio, ou seja, não passar por cima de ninguém, ou de algo, para obter isso. Esses valores vêm de berço, chama-se caráter. Se a pessoa tiver caráter e esses valores de berço, não tem mal algum. A umbanda não é sinônimo de pobreza, a umbanda de verdade não é só aquela que está dentro de um barracão. As coisas evoluíram”, sublinhou Pai Ricardo.

Evolução essa sentida também nas contas das redes sociais que o grupo religioso alimenta. O digital é visto como um dos responsáveis em propagar e manter viva a fé, nos tempos presentes.

Para sobreviver, bem como outras instituições, a casa cobra o valor da mão de obra, jogo de búzios, trabalho espiritual, banho de ervas e as coisas que precisam ser compradas para o funcionamento do centro também são cobradas. “Eu vou praticar a caridade, neste aspecto, neste ponto de vista da caridade, eu sou livre. O orixá dá o livre arbítrio. Se até hoje, Xangô é da justiça, do equilíbrio. Se até hoje, nada me aconteceu, é sinônimo que estou a fazer o bem. O padre ta na igreja, vai rezar a missa, mas tem o seu ordenado.

Ele não tá ali de graça, ele teve que ir para faculdade para tirar um curso. Se aquilo não desse nada, garanto que o padre não estava ali. Ora, veja bem, o padre tem uma igreja, paga-lhe uma casa, dão-lhe o salário, custos de saúde, tem todos esses benefícios. Nós apenas cobramos um *amalá* (oferenda feita com quiabo, camarão e azeite, grifo nosso) para Xangô, mas só é visto caridade na igreja católica e não nós. É isto que está errado”, garantiu Pai Ricardo.

A história da entrada de Mãe Fátima na religião, remete-nos ao Brasil. Ao passar por problemas sérios, Fátima resolveu seguir o conselho de uma mãe de santo do outro lado do Atlântico, e procurar um terreiro. Ao encontrar, passou sete anos como consulente (aprendiz) e a “presença” das entidades, às vezes que tinham oportunidade de manifestar alguma informação, faziam isso e deixava Fátima ainda mais confusa até a chegar o momento em que as dúvidas se dissolveram e ela finalmente, conheceu orixá que rege a vida dela, que é *Iansã*, orixá dos ventos e raios, a deusa que comanda as tempestades.

“Depois houve realmente a confirmação e eu comecei, a sentir, a amar esta mãe. Foi um trabalho *in level*, desde a primeira vez que me foi dito o nome, até aí, a começar a conhecer, a senti-la, a gostar dela, a perceber o quanto ela está tão presente em mim, naquilo que eu faço, no meu dia a dia, naquilo que eu sou, e aí foi só juntar as pedras. É muito simples”, garantiu Fátima.

O terreiro é uma parceria de Fátima, Pai Ricardo e Carolina, companheira do líder religioso. Os três em um exercício quase que uníssono leva o trabalho adiante, tentando com frequência, transmitir aos filhos de santo, uma mensagem repleta de paz, força e justiça para que o trabalho seja levado adiante.

6. Um exemplo da página do Facebook, Terreiros de Portugal

A página chamada Terreiros de Portugal, busca reunir representatividades das religiões de matrizes afro-brasileiras, deste lado de cá do Atlântico e é administrada pelos líderes religiosos, Sílvia e Carlos Nascimento, responsáveis pelo Templo de Umbanda Tenda de Oxossy (TUTO), localizado em Aveiro, Portugal.

No nosso último acesso, no dia 14 de junho de 2020, 1.391 pessoas curtiram o conteúdo disponibilizado pela comunidade e 1.442 pessoas seguem o que é disponibilizado. É possível ver também um número de telemóvel e ainda, um site: www.terreirosdeportugal.pt, em que ao clicar no *link*, veremos: “A missão dos Terreiros de Portugal é unir e difundir todos os Terreiros, Templos, Casas, Ilê, Egbé e as demais comunidades que tenham como fundamento a doutrina e prática das Religiões Afro e Afro-descendentes”. Nesse *link* ainda é possível encontrar outros terreiros em terras portuguesas. A página Terreiros de Portugal define-se como organização religiosa e sem fins lucrativos.

Ao abrirmos a *fanpage* nos deparamos com a chamada para o 5 Encontro das Religiões Afro, a 11 Celebração de Homenagem a Iemenjá, no dia 15 de agosto, às 11h30, na Praia da Costa Nova, em Aveiro (aqui entra a imagem do ficheiro 2). Na ocasião, representantes dos terreiros em Portugal, participam. Uma imagem com pessoas de branco, utilizando as vestimentas dos terreiros, de mãos dadas, dispostos em fila é utilizada como pano de fundo para o internauta compreender um pouco o momento que será vivido em

agosto. Na nota de rodapé um aviso: “traga uma rosa branca (sem espinhos) e uma folha A6 com os seus pedidos escritos a lápis).

Yêmanjá, na descrição de Verger (2012), é a mãe -dágua, se identifica com a Nossa Senhora da Conceição para os católicos. É festejada a 8 de dezembro. Come pato, cabra, galinha, açaí; traz enfeites de contas d’água, espada e *abêbé* branco, com uma sereia recortada no centro. Ela é simbolizada por seixos marinhos e conchas. Quando se manifesta, *Yemoja* segura um leque e suas *lyawo* imitam o movimento das ondas, dobrando e erguendo o corpo. Ela é acolhida pela exclamação “*Odoya*” (a mãe das águas).

Ela é latinizada na forma, pois é representada por uma estatueta de sereia com longos cabelos. Seus presentes são postos em um enorme cesto (sabonetes, perfumes, flores naturais ou artificiais, lenços rendados, cortes de tecido, revistas de moda, colares, pulseiras, dinheiro, acompanhados de cartas e súplicas dos fieis que lhe pedem uma graça). No final da manhã, o cesto, transformado em ramo de flores, é levado em procissão até a praia, em meio aos aplausos, cantigas e louvações à mãe das águas.

A oferenda é posta em um veleiro que navega em direção ao alto-mar, seguido por uma flotilha de saveiros, onde se empilham os fieis entusiastas, cantando e tocando atabaques. Como ressalta Verger (2012), o presente é jogado na água. Para ser aceito por *Yemoja*, é preciso que submerja. Se acaso flutuar, o fato será interpretado como sinal de recusa e descontentamento e tornar-se-á necessário fazer novos sacrifícios e oferendas para atrair sua proteção.

A chamada da atividade para agosto, demonstra a preocupação constante na produção de conteúdo, inclusive no período da pandemia. Durante o momento em que os olhos voltaram-se, sobretudo, às telas de computadores, telemóveis, *tablets*, *iPods*, a religião busca acompanhar essa “demanda” diferenciada de também produzir nos espaços digitais debates, ciclos doutrinários, como é o caso do que é visto no TUTO e apropria-se de plataformas como o *Zoom* para disseminar a mensagem sagrada.

De forma geral, o *ciber-fiel* é apreendido como o indivíduo que utiliza os espaços digitais para fazer/refazer suas práticas de fé, expressas por meio de diversas manifestações do religioso, disponibilizadas também nos espaços online. Como propõe Sbardeloto (2012, p.1-2) na análise dessas novas relações:

Existe hoje, por meio das tecnologias digitais e da internet, a configuração de um novo tipo de interação comunicacional-religiosa. Com o surgimento de uma nova ambiência social, impulsionada pelo desenvolvimento de tecnologias comunicacionais digitais e online, estabelece-se uma interação entre o fiel – por meio da internet – com elementos de sagrado, o que possibilita uma experiência espiritual-religiosa por meio da Rede. Ou seja, as pessoas passam a encontrar uma oferta da fé não apenas nas igrejas de pedra, nos sacerdotes de carne e osso e nos rituais palpáveis, mas também na religiosidade existente e disponível nos bits e pixels da internet. O fiel, onde quer que esteja, quando quer que seja – diante de um aparelho conectado à internet –, desenvolve um novo vínculo com o transcendente e um novo ambiente de culto.

Nesse sentido, defendemos que, ao participar das interações geradas por ele e nesses locais, o fiel constitui sua nova acepção do que é viver a dimensão religiosa na contemporaneidade pela mediação que ocorre nas plataformas digitais. Portanto, os *ciber-fieis* não são apenas navegadores conectados em redes que utilizam esses locais para demonstrar afinidades com as crenças que se aproxi-

mam do seu jeito de enxergar as “coisas do alto”, mas são, principalmente, indivíduos que vivem (de forma imersiva ou não¹) a experiência virtual da fé, da participação comunitária, do compartilhamento solidário, da reclusão para orações mediadas pelos conteúdos digitais ou pelas possibilidades interativas com seus “irmãos” de crenças.

Como já trouxermos anteriormente, a etnografia e a netnografia andaram de mão dadas na recolha das informações para este trabalho nas poucas linhas escritas. Procuramos deixar claro, a maneira, como o consumo está ligado à questão religiosa, neste caso, ao Candomblé, de Portugal e o quanto essas relações são fortalecidas pelos laços diaspóricos dos fieis e líderes religiosos envolvidos no processo. E para conseguir trazer a discussão substancialmente para o campo da comunicação, propusemos ainda, estudar a netnografia, através das páginas nas redes sociais existentes em que trata da religião dos orixás, em Portugal.

A lembrar que esta análise, tem como objetivo, contribuir para o conhecimento em termos de como a comunicação, o consumo e a religião estão imbricados na ideia conceitual do que é a sociedade.

7. Resultados esperados

Este trabalho, centrado no campo de intervenção das ciências sociais e da comunicação, visa contribuir para uma melhor compreensão dos fenômenos sociais, que perpassam necessariamente, pelo processo comunicacional, e nesta pesquisa específica, aliamos o consumo, a religião e os espaços *online*. O breve estudo, trouxe um recorte do campo bibliográfico centrado no tema deste trabalho, religião, consumo, etnografia e netnografia. As metodologias e métodos aplicados neste trabalho podem ser replicados em outros projetos. Esta pesquisa pretende contribuir efetivamente, para o conhecimento social, acadêmico, e mais que isso, contribuir na prática para formação do sujeito social que é também religioso, e que como qualquer outro, defende seu lugar ao sol, também nos espaços *online*.

¹ Segundo SANTAELLA (2004, p.182), a imersão que a internet proporciona no momento em que o internauta navega, independentemente dos conteúdos por ele acessados, é marcado por um ritmo acelerado de ações responsáveis em levá-lo a se movimentar de *formamultiativa*, porque exige que ele realize diversas operações ao mesmo tempo (*observar, absorver, entender, reconhecer, buscar, escolher, elaborar e agir*).

Referências Bibliográficas

- ALTSCHULL, J. Herbert. **Agents of Power**. Longman Pub. USA, 1995.
- Appadurai, A. 'The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition', in Rao, V. and Walton, M., (eds.) Culture and public Action, Stanford University Press, Palo Alto, California, 2004.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Mourão. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BERGER, Peter. **O Dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. Buenos Aires: Amarratu Editores, 1971.
- BRONSZTEIN, Karla Patriota. Nação dos 318: a religião do consumo na Igreja Universal do Reino de Deus. **PPGCOM – ESPM, Comunicação mídia e consumo**, São Paulo, v.11, n.30, p.125-142, jan./abr. 2014.
- CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Tradução: Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. C. **The world of goods**. New York: Basic Books, 1979.
- ESTALELLA, Adolfo; ARDÈVOL, Elisenda. **Ética de campo**: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet. Espanha, 2007. Disponível em: <<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/277>>. Acesso em: mai.2020
- EWEN, Stuart. **Captains of consciousness**: advertising and the social roots of the consumer culture. McGraw-Hill, 1976.
- GROSSBERG, L. (1983/84). The politics of youth culture: Some observation on rock and roll in American culture. Social Text
- HINE, C. **Virtual Ethnography**. Londres: Sage Publications, 2000.
- KOZINETS, R. I Want to believe: a nethnography of the 'X-Philes' subculture of consumption RV Kozinets. In: NA Advances in Consumer Research, Advances in consumer research, 1997. V. 24, eds. Merrie Brucks and Deborah J. MacInns, Provo, UT: Association For Consumer Research, pages: 470 – 475.
- _____. **Netnography**: doing ethnographic research online. London: Sage, 2010.
- LIMA, Anna Maria Salustiano de Andrade Lima. Uma avalanche de consumo? A atuação da Bola de Neve Church nos espaços online. Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Brasil), 2015.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.
- MARCUS, George E. Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography. **Annual Review of Anthropology**, Palo Alto, California, v.24, p. 95-117, 1995.
- MARX, Karl. **Capital: A Critique of Political Economy**. 3 vols. 1909. Chicago. Charles H. KERR & COMPANY, 1909.
- MILLER, Daniel; SLATER, Don. **The Internet**: an ethnographic approach. Oxford-New York: Berg, 2000.
- MORIN, Edgar. **O método I. A natureza da natureza**. Portugal: Publicações Europa-América, 1987.
- NEUMANN, Elisabeth. **The Spiral of Silence: Public Opinion, Our Social Skin**. University of Chicago Press, 1984.
- OLIVEIRA, Arilson. Secularização e mercado religioso em Peter Berger. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, UNISINOS, Rio Grande do Sul, v. 4, n. 7, p. 7-26, jul. 2012.
- RHEINGOLD, Howard. **The virtual community: homesteading on the electronic frontier**. Cambridge, Massachusetts: Reading: Addison-Wesley, 1993.
- ROCHA, Everardo. **Representações do consumo**: estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: PUC, 2006.
- SAHLINS, M. **Culture and Practical Reason**. University of Chicago Press, 1976.
- SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2004.
- SBARDELOTTO, Moisés. Dos bits à rede: entre a experiência religiosa e a representação social do "católico" na internet. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 21., 2012, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: COMPÓS, 2012.
- STRÜBING, Jörg. **Grounded theory**. Wiesbaden: VS-Verlag, 2004.
- TOENNIES, F. **Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie**, 3 vols. Tuebingen : J.C.B Mohr, 1922.
- VERGER, P. **Orixás, deuses iorubás na África e no Novo Mundo**, p. 95. Salvador: Corrupio, 2002.
- _____. Notas sobre o Culto aos Orixás e Voduns na Bahia de Todos os Santos, no Brasil, e na antiga costa dos escravos, na África. Tradução: Carlos Eugênio Marcondes. – 2. ed., 1. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.
- WITTEL, Andreas. **Ethography on the move: from field to net internet: qualitative social research**. EUA, v. 1, n. 1, 2000.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 4 ed. Lisboa: Presença, 1995.

Fabiola Ballarati Chechetto

PEPG em Comunicação e Semiótica da Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo
Brasil

Habit Dance:
Sister Cristina in *Ballando
con le Stelle* 2019,
an aesthetic analysis of the
religion-media symbiosis

This work analyzes the contemporary relationship between media, entertainment and religion from the aesthetic observation of communication during the participation of Sister Cristina in the Italian program *Ballando con le Stelle* during the 2019 season. The text unfolds in three parts: a) the displacement of subject in late modernity (Hall, 2013), b) habit, the media and the body as “religious devices” (Martino, 2016) and c) diversity as a condition and contradiction (Gebara, 2017) in the roles of woman-religious and singer pop-competitor.

Dança de Hábito:
Irmã Cristina em *Ballando
con le Stelle* 2019, uma
análise estética da
simbiose religião-mídia¹

Este trabalho analisa a relação contemporânea entre mídia, entretenimento e religião a partir da observação estética da comunicação durante a participação de Irmã Cristina no programa italiano *Ballando con le Stelle* durante a temporada 2019. O texto se desdobra em três partes: a) o deslocamento do sujeito na modernidade tardia (Hall, 2013), b) o hábito, a mídia e o corpo como “dispositivos religiosos” (Martino, 2016) e c) a diversidade como condição e contradição (Gebara, 2017) nos papéis mulher-religiosa e cantora pop-competidora.

Cristina Scuccia, ou Irmã Cristina, freira siciliana da Ordem Ursulina é uma das participantes de *Ballando con le Stelle* 2019, programa televisivo italiano com disputas de dança entre pares formados por celebridades e instrutores. Após vencer o *The Voice Italia* em 2014 com mais de 5 milhões de visualizações no YouTube, Irmã Cristina lançou-se cantora e regravou *Like a Virgin* de Madonna pela *Universal*.

Antes disso, quando ainda noviça viveu dois anos no Brasil entre 2010 e 2012 na Congregação das Irmãs Ursulinas em Mogi das Cruzes, na periferia de São Paulo e também conheceu o padre brasileiro Fábio de Melo. “No Brasil conheci uma igreja jovem, que está crescendo e é vivida com mais dinamismo. Quero transmitir esta alegria aos jovens italianos.” (ZIDKO, 2014)

Neste artigo, analisamos as interações entre mídia, entretenimento e religião observando como a estética atua na comunicação em dois vídeos: a estreia de Irmã Cristina no primeiro programa e a sexta apresentação com o desafio de tango. O texto se desdobra em três partes: a) o deslocamento do sujeito na modernidade tardia (Hall, 2013), b) o *hábito*, a mídia e o corpo como “dispositivos religiosos” (Martino, 2016) e c) a diversidade como condição e contradição (Gebara, 2017) nos papéis mulher-religiosa e cantora pop-competidora.

Ao invés de atribuímos um sentido a um objeto ou buscarmos a tradução desse sentido pelo enfoque iconográfico ou iconológico, a escolha metodológica foi guiada pelas características de alternância do próprio empírico inspiradas no “deslocamento de conceitos” com Damisch (2007) no qual o objeto estético enquanto substância sensível é quem nos desloca.

A partir disso identificamos uma possível mistura entre mídia e religião conforme Martino (2016) define, uma “hibridização” acontecida ao final do século XX.

Na atualidade, a progressão desse processo de interpenetração se intensifica e há um nível de transformação no qual entretenimento religioso e ritualização do espetáculo estabelecem uma relação comunicacional de simbiose entre os dois termos.

A palavra emprestada da Biologia vem do grego *symplois* formada por *syn*, “com” e *biosis*, “vivientes”, a convivência. A nova cena se configura por uma associação entre práticas discursivas e formas especiais de troca, uma relação entre espécies diferentes de atuação, por meio da qual a técnica, até então laica, funde-se ao sagrado no lugar de colonizá-lo. Examinando o sinônimo de simbiose para compreender o que de comunicacional pode haver nessa troca, pode-se pensar em uma aproximação com o mutualismo, facultativo e/ou obrigatório. Nos “momentos de confluência” men-

cionados por Martino (2015), certa autonomia e distinção entre mídia-religião ainda se conservam, o que ao nosso ver perfaz um mutualismo ainda facultativo pois embora haja benefícios mútuos, os indivíduos podem viver independentes um do outro e trocar de parceria.

Já na religião contemporânea, o mutualismo mostra-se obrigatório, na medida em que as “informações em doses pequenas, o uso de *slogans*, música pop e dança” (Martino, 2016) assim como os símbolos ritualísticos na web o espírito comunitário de fãs, os valores e práticas doutrinárias referenciadas na tradições são cada vez mais indispensáveis tanto para a mídia quanto para a religião. O conjunto de ações estéticas passa a depender necessariamente dessa relação para a sobrevivência com duplo ganho.

A conjuntura de Irmã Cristina em *Dançando com as Estrelas* oscila com nuances, entre essas duas fases de mutualismos, ainda que o levantamento dos pormenores, a recorrência e a intensidade dos mecanismos examinados em fase preliminar apontem para uma associação particularmente vantajosa e potente entre mídia e religião mediadas pelas afeições recíprocas entre códigos, personas e instituições.

O sensível que nos desloca

Ao criticar a iconologia como “ciência da interpretação” proposta por Panofsky, Damisch (2007, p. 9) indica que “a descrição de uma obra de arte não passa necessariamente por aquilo que significa”. A perspectiva e seu potencial decodificador não dariam conta de estudar a articulação estética do sensível, no sentido kantiano, por assim dizer: do belo pela razão do gosto e da subjetividade.

Esse tipo de postura crítica parece ser um exercício na contramão das reduções ou traduções de sentido, capaz de nos deslocar de um método habitual de viés interpretativista, em outras palavras, uma possessão unilateral lembrando Tarde (2018).

Romper com o sentido na proposta de Damisch (2007) e concomitantemente com a comunicação como fazem as artes contemporâneas, nos permite abordar o problema a partir de um lugar incerto e que durante a pesquisa foi mudando o olhar. Guardadas as proporções de uma investigação voltada a um produto televisivo, um programa de auditório e um fenômeno midiático com aspectos fílmicos com canais áudio e visuais, é preciso observar com cuidado como o trabalho teórico seleciona e joga com a transposição de saberes tendo como cerne a investigação do comunicacional. Além disso, toda pretensão de uma aplicabilidade de conceitos estaria avessa à própria ciência do comunicar, pois tendo seu observável justamente nas mutações e entremeios, escapa sistematicamente aos enquadramentos a fim de leis gerais.

Então o que a discussão sobre a estética das artes tem a ver com um programa televisivo? Há uma ligação entre arte, visibilidade e a potencialização dessas pelo meio técnico que coloca em tensão elementos-chave para a discussão na esfera pública conforme indica Rancière:

[...] para que as artes mecânicas possam dar visibilidade às massas, ou antes, ao indivíduo anônimo, precisam ser primeiro reconhecidas como artes. Isto é, devem primeiro ser praticadas e reconhecidas como outra coisa, e não como técnicas de reprodução e difusão” (RANCIÈRE, 2009, p. 46)

¹ Uma versão prévia deste trabalho foi apresentada no DTI 7 Discursos e Estéticas da Comunicação do XVI Congresso IBERCOM, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 27-29 de novembro de 2019. A autora agradece os comentários e sugestões recebidos.

² *Dançando com as Estrelas*, tradução livre da autora, é um programa televisivo italiano transmitido pelo canal estatal Rai 1 desde 2005, apresentado por Milly Carlucci com participação de Paolo Belli. O programa é uma adaptação inspirada no show de talentos britânico *Strictly Come Dancing* da BBC (BALLANDO CON LE STELLE, 2019)

Durante a análise desse fenômeno religioso-midiático buscamos reconhecer como se dá essa “outra coisa” e seus artifícios tecno-sociais. Não caberia aqui definir as ontologias de arte e do entretenimento mas tendo presente suas diferenças, nos interessa percorrer o fio condutor que perpassa a ciência da técnica no surgimento das massas nas suas permanentes reconstituições: o regime estético, suas ações, práticas, lógicas comunicacionais e afetações políticas.

Uma análise contextual da estrutura do discurso contido nas apresentações de Irmã Cristina seria factível mas, ao nosso ver esmaeceria uma parte importante presente no movente estético: a aparência, a ilusão.

Lembrando a teoria de Lambert sobre a questão da matéria e da forma relacionada à faculdade de conhecer em si, podemos assumir o preceito de que “na multiplicidade e na desordem das mensagens oferecidas pela aparência, (Schein) a decifração dos sinais significativos guia à reconstrução da linguagem verdadeira das coisas.” (DELLO PREITE, 1979, p.221, tradução livre³)

Entre revelação, encobrimento e ocultação, podemos tomar o fragmento filosófico lambertiano como um encorajamento à reconstrução de nosso objeto, acolhendo a caoticidade como elemento inerente à natureza da cultura.

O roteiro do programa *Ballando con le Stelle*, segue uma ordem pré-estabelecida para cada um dos episódios televisivos. Na composição do protocolo do programa temos as saudações, os vídeos dos bastidores sobre a semana do participante junto ao instrutor mostrando treinamentos no estilo *reality show*, a participação de outros personagens famosos para o quadro bailarino por uma noite, a visualização do quadro geral da classificação, a divulgação dos números dos concorrentes para o televoto e *likes* nas redes sociais digitais, as competições paralelas de grupos selecionados nacionalmente e algumas outras atividades ao longo de aproximadamente três horas e meia de programa. A apresentadora Milly Carlucci anuncia a próxima dupla competidora desce ao palco da “sala das estrelas”, um camarim de espera que é mostrado ao vivo e, em seguida há uma abertura registrada em vídeo, com os competidores representando alguma cena ligada à cultura pop ou teatral, a dança da modalidade sorteada pela produção e por fim os comentários dos cinco jurados e as respectivas notas.

O júri dessa temporada foi composto por Carolyn Smith, presidente do jurados, dançarina e coreógrafa britânica, Guillermo Mariotto, estilista venezuelano naturalizado italiano, Fabio Canino, apresentador radiofônico italiano, ator e escritor, Ivan Zazzaroni, jornalista esportivo italiano, apresentador televisivo e blogueiro e Selvaggia Lucrelli, jornalista, escritora, blogueira, apresentadora radiofônica, e atriz italiana.

Na fase de transcrição das falas do júri, notei que o conteúdo das palavras poderia disfarçar uma série de elementos pelos quais a atenção é subtraída, então tive a ideia de rever o vídeo retirando toda a sonoridade e observando somente imagens e gestos.

Como um laboratório de ideias colocadas em ação, a variabilidade da recepção foi agregando detalhes à coleta de dados. Em uma segunda assistida escureci totalmente a tela do computador. Em uma terceira fechei os olhos e ouvi somente o programa para tentar individualizar elementos aguçando uma outra via da percepção, a audição.

Separar o objeto entre as sensações corporais dos sentidos foi um modo de encontrar na sutileza de cada um dos canais, os complementos que até então chegavam mes-

clados e indistintos até a expectadora-pesquisadora. Expectadora “com autonomia e competência para ouvir, observar, relacionar saberes, sentir e se posicionar diante do tema problematizado” (FERRES, 2012, p.2)

Simbologia da estreia

No palco circular iluminado por holofotes de cor azul celeste e nuances douradas, à meia luz numa atmosfera de tom solene, ao fundo no alto uma abóbada de cruzaria com uma rosácea central e arcos ogivais simetricamente projetados nas laterais. Três degraus. Sentado no mais alto, um homem: o instrutor de dança. Logo abaixo, duas dançarinas assistentes.

Em primeiro plano pendurados, quatro sinos grandes. Pela esquerda da tela, entra uma mulher jovem com passos lentos, vestida com hábito de mangas longas, véu e óculos pretos, colarinho branco e crucifixo prata no peito. Meia-calça e sapatos modelo oxford de salto grosso completamente pretos. As únicas partes do corpo visíveis são as mãos com unhas sem esmalte e com três anéis pretos (um no dedo médio da mão direita e dois no anular da esquerda) e o rosto sem maquiagem. É possível entrever poucos cabelos pretos no topo da testa coberto pelo véu.

Repica cada um dos sinos e em seguida canta à capela com melodia blues, *What a wonderful world*. Terminado o trecho introdutório, o trio se aproxima e faz genuflexão simples em volta da participante. Todos se levantam, cada um se posiciona sob um sino. O quarteto sorri e começa a dançar a coreografia no ritmo *charleston*, ora juntos ora separados com raro contato físico somente entre as mulheres tocando apenas mãos e ombros.

Foi a primeira aparição de Irmã Cristina, a sua estreia no dia 30 de março em *Ballando con le Stelle 2019*. A parte do episódio analisado tem a duração total de aproximadamente dez minutos sendo que a exibição de dança durou somente três minutos.

Em seguida houve a interlocução com a apresentadora, jurados, comentaristas e por fim a atribuição das notas. A maior parte do tempo como podemos constatar, ou seja 70% do total é dedicado aos comentários e interações verbais entre o júri e os concorrentes, mediados pela apresentadora.

Quanto aos comentários e debates, o conteúdo mais frequente do primeiro momento foi o religioso entre expressões utilizadas pela igreja católica nas suas celebrações e escrituras sagradas como “Deus seja louvado⁴” neste caso para exprimir uma surpresa positiva ou “As vias do Senhor são infinitas” ambas declaradas ironicamente pelo jurado Mariotto em tom solene e debochado.

Outro jurado, Zazzaroni que costuma proferir um discurso mais sério, contundente e direto, inicia sua participação com uma frase jocosa: “tenho medo de perguntar se ela faz dança de casal porque ela me responderá que já tem casal”

³ “Nella molteplicità e nei disordine dei messaggi offerti dalla parvenza (Schein) la decifrazione dei segni significativi guida alla ricostruzione del linguaggio vero delle cose.” (DELLO PREITE, 1979, p.221)

⁴ “Dio sia lodato”. Todas as citações diretas dos jurados, comentaristas, instrutor e competidora em língua original italiana foram traduzidas em versão livre pela autora.

e Irmã Cristina confirma: “Eu sou casada com Ele.” Seguem comentários de Selvaggia sobre o juízo universal comparado ao juízo final da própria competição, e a existência do mal na previsão de Mariotto pelas possíveis críticas violentas que virão.

O mesmo Mariotto entrega à Irmã Cristina uma flor branca de boas vindas e ela lhe agradece dando beijos no rosto. Selvaggia aproveita a ocasião e provoca: “Ela beijou satanás. Ela não sabe, beijou satanás...” Em seguida Irmã Cristina retruca: “Mas ele carrega no pescoço a Madona, não é possível que seja satanás, absolutamente não.”

Os discursos entre a brincadeira e a ironia são repletos de significados e na intenção de desconstruir o público, contraem e antepõe suas ideologias para marcarem seus espaços. Há ainda na temática das palavras religiosas um trocadilho do sobrenome do instrutor Oradei, sendo *ora* do verbo orar e *dei* deuses, por isso Mariotto satiriza dizendo que é o instrutor perfeito para a freira e o próprio instrutor assume o papel designado e se reconhece como aquele que “Ora a Deus”.

O mesmo jurado agradece à apresentadora pela oportunidade de “ver a nossa crença aqui dentro” e com seriedade diz estar “orgulhoso do programa e fazer parte para que a presença da Irmã Cristina nos ilumine”.

O peso simbólico permaneceu dividido entre o espaço de fala da apresentadora Milly e Irmã Cristina. A apresentadora em cada um dos momentos mostra uma certa agitação, apreensão, medo, delicadeza e tom elogioso em relação à competidora com um tratamento especial, pudico e protetivo.

Além das responsabilidades institucionais e burocráticas com o anúncio das propagandas publicitárias, os nomes das redes sociais e o telefone para o voto do público, o discurso da apresentadora Milly é pacificador, diplomático e temeroso, conciliador entre os jurados e amenizador de possíveis exageros por parte dos jurados e comentaristas. Ao final, Milly agradece os elogios de Mariotto todavia sem entrar diretamente no mérito religioso: “Obrigada! Se podemos, através daquilo que fazemos durante o programa, contar coisas que fazem pensar em casa, que fazem refletir, que te abrem o coração, eu fico feliz de verdade... Menos mal...”

As falas de Irmã Cristina durante a estreia foram de volume e tempo tão regulares quanto as da apresentadora Milly. Seu comportamento foi regulado pelos gestos de agradecimento com a mão no peito, o sorriso discreto e cordial, o tom de voz inalterado, frases convictas.

Complementando o elogio de Zazzaroni sobre a alegria contagiosa, Irmã Cristina explica: “Bem, sabe o que é... Quando você encontra o amor, você tem vontade de... Doá-lo a todo mundo e fazê-lo explodir por dentro! Então, você quer dançar, cantar, acontece isso...”. A telecâmera mostra uma panorâmica do auditório do teatro contemplando o público e o palco.

Poucos foram as trocas de farpas entre os colegas do júri neste primeiro encontro e as ponderações sobre o instrutor e as assistentes enaltecem o trabalho de Oradei e questionaram a presença das dançarinas assistentes pois nenhum outro participante da competição conta com esse apoio.

A novidade sobre a peculiaridade de uma figura religiosa participando em um programa do gênero televisivo popular e ligeiro, em um país marcado pela tradição moral católica com posicionamento historicamente rígido, alcançou um ponto crucial nesse episódio com a indagação sobre o

hábito monacal, se seria mantido ou não nas demais nove etapas seguintes da programação. Trabalharemos nessa questão mais adiante no texto.

Os demais comentaristas que não votam mas dão sua opinião após os jurados, foram Alberto Matano, jornalista do TG1 e escritor italiano e Roberta Bruzzone, psicóloga forense italiana. Tanto o jornalista quanto a psicóloga elogiaram Irmã Cristina não pela exibição da dança mas por ser uma religiosa e aceitar participar desse tipo de jogo.

Matano por exemplo diz que “ela é um fenômeno, eu estou muito admirado... Eu realmente gosto da mensagem que ela veicula, o fato de que a fé deve ser contemporânea e, portanto, pode ser veiculada de muitas maneiras, mesmo fazendo como ela faz [...]”

Bruzzone aponta que Irmã Cristina “consegue ser profundamente coerente mesmo em uma situação em que objetivamente sê-lo me parece bastante complexo”

As falas, como percebemos, evitaram críticas e discordâncias e mostraram surpresa e estupor ante à novidade de uma presença inusual, ainda que sob condições que conservam, de certa forma, os cânones e regulações dos costumes já presentes na televisão pública em um país como a Itália com fortes tradições e sendo a sede da igreja católica no mundo. A presença territorial e simbólica do Vaticano compõe um dos mais eloquentes motivos culturais e históricos que interfere nas expressões, inseguranças e no espanto causado propositalmente pela participação de uma religiosa oficialmente pertencente à instituição em uma competição de dança na televisão, espaço público de massivo acesso, em contraste com a reclusão e vida reservada das mulheres religiosas que fizeram voto de obediência, castidade e pobreza optando pela vida sagrada.

A avaliação sobre a dança propriamente dita ficou relegada a um espaço muito menor, bastante discreto no qual Zazzaroni reconhece um “senso de ritmo incrível e uma alegria”, Mariotto um “ritmo perfeito” e Carolyn “o ritmo, a coordenação, ninguém pode criticar a coreografia, eu desafio qualquer um...”

O segundo vídeo analisado foi participação de Irmã Cristina com Stefano Oradei e as duas assistentes no sétimo episódio de *Ballando con le Stelle 2019*, que foi realizado no dia 11 de maio. Lembrando que o programa tem um total de dez episódios e que no dia 27 de abril, Irmã Cristina não esteve presente no palco do programa por motivo religioso, ou seja, o período da Páscoa, embora tenha mandado uma gravação dançando,, o que gerou uma série de polêmicas tanto no júri quanto nas redes sociais e nos jornais, revistas e repercutiu em outros programas televisivos.

Tango e tabu: limitações e permanências

Sons de insetos em uma floresta seguidos por um aplauso, a batida que simula a pulsação de um coração, mãos entrecruzadas sob um casulo opaco feito por tecidos semitransparentes esvoaçantes na cor verde em um fundo escuro azul. Levanta-se o véu que recobre o casulo revelando as duas mulheres bailarinas assistentes, vestidas com asas de borboletas.

Irmã Cristina dança com uma depois com outra e de fundo a música italiana *Il mio canto libero*, O meu canto livre, de Lucio Battisti.

O instrutor Stefano Oradei dança com as bailarinas fazendo evoluções no ar. Na parte da música: “[...] e voa sobre as

acusações das pessoas [...]”, Oradei levanta Irmã Cristina que por sua vez realiza algumas pedaladas no vazio. Neste momento acontece o típico “abraço” da dança de salão entre Oradei e Irmã Cristina com troncos unidos, braço rijo estendido sem que a mão dela se apoie nas costas de seu parceiro e a cabeça ligeiramente pendendo para trás, pernas sincronizadas, caminhando com postura ereta de lado a lado no palco, enquanto a música em seu ápice melódico canta: “em um mundo que é prisioneiro, respiramos livres, eu e você [...]”

As assistentes dançam do mesmo modo entre elas. Oradei faz uma manobra tipicamente da dança de tango, o *casqué*, na qual o cavalheiro sustenta a dama com um braço que se inclina para trás quase tocando o chão como se estivesse caindo deitada. Irmã Cristina apoia-se nos braços do instrutor, o véu voa e se descompõe por um momento depois retoma sua posição original. Em um movimento seco, recompõe a postura e veloz se levanta.

Trocam-se as duplas e Irmã Cristina dança ao fundo com uma das assistentes enquanto Oradei dança em primeiro plano com outra. O quarteto se une com as mãos apoiadas nos ombros um dos outros, lado a lado e fazem passos com o corpo girado em quarenta e cinco graus, de frente para as câmeras.

A dupla formada por Irmã Cristina e Stefano Oradei se junta em um salto da freira na direção do instrutor no instante em que a música canta: “[...] se exprimem puríssimas em nós [...]” e então ele a segura pela cintura e dançam novamente juntos com a parte central do corpo em contato. Oradei ao final da música levanta novamente Irmã Cristina pela cintura e ela com braços abertos em cruz e cabeça para trás simula um vôo de anjo.

Em seguida se aproximam todos ao jurado Ivan Zazzaroni e as duas bailarinas assistentes o cobrem com as asas da fantasia de borboleta enquanto Irmã Cristina e Stefano Oradei se apoiam na bancada com um dos cotovelos, ambos sorrindo.

Esse episódio foi escolhido por ser um divisor de águas na participação de Irmã Cristina no programa com a primeira e única dança realizada corpo a corpo com instrutor. Em todas as demais apresentações, a participante figurou como parte do grupo, o *Team Oradei*, nunca apoiando o próprio torso ao de seu parceiro na típica posição de abraço lateral com um dos braços da dama encaixado por cima do ombro do cavalheiro que lhe enlaça pela cintura até chegar nas costas conforme a posição tradicional na maioria das modalidades de dança de salão.

O tango circula no imaginário comum por seu caráter sensual de contato visual e corporal intenso e provocante, foi um desafio peculiar por conta das características que envolvem essa conexão e suscitou uma série de discussões sobre o que pode mulher religiosa e sua imagem circulando na esfera pública por meio do espetáculo.

Completamente diferente do primeiro programa, as brincadeiras com o sacro ou mesmo as menções de expressões ou frases que remetesse aos termos próprios do script católico, raramente apareceram. Somente Canino trouxe uma referência, mas em tom humorístico associando ícones do sacro ao pop: “Devo dizer que Irmã Cristina tem um staff... assessoria de imprensa, discográfico, manager, nem mesmo Madonna... Não a sua... Madonna a cantora! Nem ela tem todo esse staff!”

No entanto, Mariotto recorre novamente às escrituras religiosas para comentar sobre a mensagem que Irmã Cristi-

na quis trazer no episódio do tango, apesar da dificuldade que o jurado indica em se fazer compreender qual é esta mensagem: “[...] se você vai ler o evangelho tem a alegria mesmo porque essa é a mensagem mais bonita que existe. E então, é através da alegria.”

Por sua vez a apresentadora Milly procurou desviar a conversa para outros assuntos comentando sua coragem em dançar o ritmo polinésio em outra prova de pontuação do programa ou protegendo a mensagem que Irmã Cristina diz ter vindo trazer com sua participação em *Ballando*.

O discurso verbal de Irmã Cristina se reservou a poucas intervenções somente para agradecimentos ou para explicar que a Madre Superiora, Irmã Ágata permitiu que a participante dançasse aquele tipo de dança polinésia, mas nada foi mencionado sobre os bastidores de negociação a respeito de detalhes do tango e da dança com Oradei.

Ivan Zazzaroni e Fábio Canino dedicaram boa parte do tempo de suas considerações para parabenizar e agradecer ao instrutor, e para evidenciar sua angústia em não poder fazer muito até aquele momento. Para se retratar em relação às críticas feitas nas semanas anteriores sobre a inclusão e permanência das duas dançarinas assistentes apelidadas as *Winx*, nome de personagens de um desenho animado, Zazzaroni esclarece que suas observações não são de cunho pessoal, mas se referem a uma alteração no formato do programa com o qual não está de acordo.

As comentaristas desta vez foram duas mulheres, a psicóloga criminalista Roberta Abruzzone que parabenizou pela coreografia, “[...]vocês estão plenamente na competição porque finalmente há uma atividade que envolve ambos, que era a grande ausência na parte inicial.” e Laura Chimenti, jornalista italiana, âncora e redatora do TG1:

“Uma paixão equilibrada, como era justo que fosse, meus parabéns à Irmã Cristina porque ela recebeu tantas críticas mas ela foi corajosa, segue em frente, leva adiante a mensagem de sua fé neste programa e por isso parabéns”. Ao final da dança, quando Milly replica: “E este é o tango de Irmã Cristina com todo o seu team!”, alguém do público ou da produção grita “bravi! bravi! bravi!” e Oradei saltita de mãos dadas tanto com Irmã Cristina como com uma das assistentes em um comportamento bastante pueril, quase infantilizado como se a ingenuidade se sobrepusesse a toda e qualquer suspeita de pecado.

Os dois comentários mais extensos sobre a dança foram relatados pela presidente histórica do júri, Carolyn Smith e Mariotto. Carolyn ressalta a diferenciação entre tango argentino e tango clássico, a presença da paixão mas principalmente da técnica, a harmonia, e completa: “as pessoas precisam entender que não existe somente o tango argentino e não é somente uma dança que deve esfregar... existe outras coisas na dança, entende?”

Já Mariotto comenta que “o tango era um tango onde eu sentia o medo, o medo que você sente e a constipação de ter que administrar aquela coisa, sem cair na esfregação [...]”

Mulher, poder e igreja: descentralização e deslocamento

A luta das mulheres contra a igreja e pela igreja assim como a luta da igreja contra as mulheres e pelas mulheres é marcada pela ambiguidade sob a qual o fazer teológico feminista investiga e resgata a história de um passado de condenações e um presente indeciso entre repetições, oportunidades de atualização e releituras.

Ainda sobre a igreja, sendo mulher e fazendo parte dessa instituição religiosa e por isso observando criticamente seus mecanismos por dentro, Gebara (2017, p. 115) avalia que “talvez ela tenha modernizado sua linguagem, aberto algumas veredas em alguns lugares do mundo, mas a estrutura de sustentação não parece ter mudado muito.”

Nas relações estabelecidas pela inserção de Irmã Cristina no formato midiático ou pela inserção da mídia na religião, “a lógica de 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 [...]” (BERNARDES E MARQUES, 2014, p.204). Esse outro, aqui no programa encarnado também pela voz dos jurados, que por sua vez reverbera as várias vozes dos públicos, traz com Mariotto a seguinte fala:

Essa é uma grande oportunidade. E a irmã Cristina sabe disso. Para trazer uma mensagem como ela disse. E é difícil. Através de coreografias desse tipo, através desse tipo de dança, entender o que é essa mensagem, como é essa mensagem. Nós sempre vimos isso, essa é a diatribe nas mídias sociais, *das pessoas que dizem que a freira deve ficar no mosteiro, fechada para rezar*, e tudo mais, que é um mundo não muito alegre se você quiser, e ao invés disso, efetivamente... se você for ler o evangelho há alegria também porque é a mensagem mais bonita que existe. E, portanto, é através da alegria. E o fim da diatribe com as borboletas, com toda a parafernália, foi eficaz, houve essa mensagem, digo... (RAI PLAY, 2019, grifo nosso)

Se por um lado há uma cumplicidade das mulheres em relação à própria subordinação cumprindo as regras ditas por uma instituição que atribui as tarefas femininas à uma menor importância do que a dos homens que podem exercer o sacerdócio ministerial e assim perpetuar o patriarcado sob justificativas de uma antiga ordem social doutrinária, por outro lado a figura de Irmã Cristina ainda que mantendo inflexíveis certos moldes de ação e discurso e de maneira indireta, visibiliza outras possibilidades do feminino e da própria religião e seus usos potenciados pelas telas muito além dos muros dos conventos.

Aprendemos com Ronsini e Sifuentes (2011) que a análise e a codificação das representações femininas “tem a função de mostrar de que forma os estereótipos estão presentes no discurso midiático, que se soma aos discursos de outras instituições socializadoras - ou outras mediações [...]”.

As mediações de Irmã Cristina: mulher, jovem, dançarina, cantora, artista pop, italiana, branca, católica se somam às instituições socializantes da Igreja e da Mídia e nelas circulam consolidadas pelas singularidades e atuações existentes em cada uma delas.

Como não atribuir sentido *a priori*? E sobretudo não se fixar naquela memória inicial. Ao vermos um casulo no palco, borboletas, uma das tantas chances é pensar na metamorfose, na transformação de Irmã Cristina ao longo da sequência dos programas até então e o momento de um renascimento após o calvário das críticas.

Retomando a identidade cultural na modernidade tardia com Hall (2013, p. 34) a concepção de sujeito não só se fragmentou ou desagregou mas houve um deslocamento e esse é reconhecido por uma série de rupturas no discurso. Isso nos auxilia a perceber que na filosofia moderna a essência universal de homem é atributo do indivíduo singular e os processos psíquicos e simbólicos que também formam nossa identidade, distanciando o conceito de sujeito do paradigma de razão anterior. (HALL, 2013, p.35-36)

Como imaginamos ser vistos pelos outros? Como Irmã

Cristina forma sua apresentação ao representar-se por meio de um veículo que exhibe suas mediações simultaneamente? Qual delas prevalece ou sobressai? Há um deslocamento do sujeito religioso de um lugar de profissão de fé para outro de profissão de fé midiaticizada. Mas somente as características do espaço de atuação mudaram? Não se trata de uma transferência de posição, mas de internalizar pelo meio mensagens que se espalharão pelas recepções sem garantia de sentido.

Durante as investigações via web e via televisão à cabo, outro evento, em outra área geográfica do mundo, ocorreram o feriado brasileiro de *Corpus Christi* e concomitantemente eventos como a *Marcha de Jesus* e a *Parada LGBT* com suas partes e repercussões políticas que não deixam de compor e mudar o olhar da pesquisa, os realces teóricos na visada do real e suas tentações. Como escapar à perspectiva atravessada pela própria cultura?

Ao analisarmos identidades na concepção de Hall (2011) podemos dizer que elas são “multiplicamente construídas ao longo dos discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicas”. Irmã Cristina atende e recusa as exigências midiáticas de *Ballando con le Stelle 2019*. Já a *Marcha de Jesus* e a *Parada LGBT* se contrapõem e distanciam apesar de ambas serem veiculadas massivamente pelos meios. O exercício de deslocar conceitos e deixar-se deslocar pelo objeto é desafiador pois as associações livres a partir de repertórios individuais são enquadramentos irrefreáveis. Colher o olhar de outros receptores em um estudo de recepção seria uma das saídas, mas não evitaria o mesmo princípio de risco em perspectiva, um engano do sentido na primeira apreensão da realidade, tema espinhoso desde a antiguidade.

Quando o trabalho prático é colocado como eixo de resgate do indiciário, o fazer científico galga as etapas de aproximação ao objeto com prudência, optando pelas estratégias de melhores entradas para trabalhar o problema proposto.

Refletindo sobre as narrativas imagéticas constituídas nos dois episódios de *Ballando* tendo a participação de Irmã Cristina como protagonista, apesar de serem sequenciais e movimentadas parecem construir um recorte de imagens. Uma das chances de entendimento desse elemento vivo que é a imagem, é com Didi-Huberman (2012, p. 209) ao considerá-la como documento, objeto de sonho, obra e objeto de passagem, monumento, objeto de montagem e o mais relevante para nós, como “saber e objeto de ciência”. A potência da imagem na contemporaneidade impulsionada pela tecnologia ganha outras relações e proporciona outros tipos de circulação e mutações nas relações comunicacionais. Ampliando essa compreensão, Didi-Huberman (2012, p.214) afirma que “uma das grandes forças da imagem é criar ao mesmo tempo *sintoma* (interrupção no saber) e *conhecimento* (interrupção no caos).”

O hábito, a mídia e o corpo: disposições dos dispositivos

A visibilidade e o recôndito já foram parâmetros segregados relativos, respectivamente ao mundo midiático e àquele religioso. No entanto, o espetáculo debordiano transforma imagens em vitrines tanto ao altar santificado quanto no palco eletrônico mostrado na televisão.

E em meio a este visível e no que nele se esconde, há uma materialidade, ou melhor, uma fisicidade atinente à estrutura biopsicossocial que carrega o ser humano: o corpo. A

corporeidade é quem dota o bios, a vida, e por isso o controle sobre o corpo é o controle sobre a vida na *biopolítica foucaultiana*. Esse poder sobre o corpo tem se alastrado no alcance de sua última barreira privada: o domínio dos sentidos e das emoções que fazem parte desse mecanismo.

Nas várias doutrinas religiosas o corpo tem sido ocupado com controles sobre como deve permanecer, se comportar, para onde deve olhar, o alimento que o nutre e as vestes que o recobrem. Há uma iconografia dotada de iconoclastia nas prescrições de moda religiosa, como um complexo dos motivos e critérios distintivos da imagem do ponto de vista cultural e ao mesmo tempo uma contrariedade pelo culto da imagem. As roupas junto com a instituição, ao vestirem o corpo do fiel, incorporam uma crença e desnudam modos de existir ou resistir ao mundo.

O corpo sendo o resultado de escolhas feitas por outros que não a pessoa mesma, como indicado por Martino (2016, p.116) “ganha uma dimensão *política*”, o que pode ser observado no diálogo entre o jurado Fábio Canino e Irmã Cristina:

Fábio Canino (jurado): Eu tenho algumas perguntas a fazer para entender bem, então: antes de tudo, Irmã Cristina dançará sempre vestida de freira? Sim?

Stefano Oradei (instrutor): Quem sabe...

Irmã Cristina: Eu diria que é o sinal da minha consagração e que o meu hábito nunca o trairia... O sinal da minha consagração eu nunca trairia. (abre as mãos para cima)

Fábio Canino: Mesmo dançando, tango, assim ...

Irmã Cristina: Absolutamente, sim. (muito convencida). Então é uma surpresa, por isso... (a câmera a registra em primeiro plano e ela sorri). RAI PLAY (2019)

Mas o que está em jogo ao aderir ou trair o hábito? A interseção das práticas religiosas com o ambiente midiático passa pela gestão dos corpos e do figurino. No caso de *Ballando con le Stelle 2019*, cada uma e cada um dos concorrentes se veste de acordo com o que a produção seleciona adequando a roupa ao estilo da dança proposto para o desafio da noite (Boogie, Valzer, Slowfox, Charleston, Cha Cha, Paso, Bachata, Rumba, Merengue, Tango ou outro).

Nas aberturas de cada exibição há uma encenação de filmes ou desenhos pertencentes à cultura pop e a roupagem dos personagens é a parte fundamental que os caracteriza. Irmã Cristina vê o ato de trocar seu hábito por uma roupa comum, de não usar seu uniforme de padrão eclesial, como uma quebra na fidelidade da promessa que fez à instituição à qual pertence e sua prerrogativa é imutável, não negociável mesmo diante do travestimento dos corpos que o espetáculo exige com sua rapidez e fugacidade no qual a indústria cultural adorniana continua a devorar imagens transformando-as em mercadoria e a precisar repropor o antigo como novidade para que seja consumido como produto do momento.

Mas o antigo reproposto como novo não é exclusivo da cultura secular, pois no campo religioso, outra parte importante da cultura a atualização, aparecer na televisão, participar de um programa dedicado ao ligeiro não desfaz algumas regras sólidas como o costume de portar o hábito pela mulher consagrada, sua maneira de ratificar o papel social que escolheu desempenhar.

Considerações finais

O que já foi uma “apropriação literal dos modelos midiáticos e da cultura pop” (MARTINO, 2015, p.60) incrementa-se em um jogo de negociações com o respeito das limitações de cada um dos lados para que se chegue a um consenso pela racionalidade e acolhedor dos possíveis participantes e um dissenso evidenciador de tensões na distribuição das partes e do dizível.

No acontecimento estético o comunicacional pode se apresentar conforme Marcondes Filho (2017, p.10) teoriza em “uma alteridade provocativa, um desafiador pleno capaz de desestabilizar nossas certezas, de injetar novas ideias em nosso universo de pensamento”.

Na medida em que nos propomos a analisar as interações entre mídia, entretenimento e religião observando como a estética atua na participação de Irmã Cristina durante *Ballando con le Stelle 2019*, a estreia da personagem no programa de abertura e o tango na sétima semana nos reportam a uma miríade de questões visuais, discursivas, ideológicas e políticas sob um imaginário recalibrado pela cultura.

Se o sujeito na modernidade tardia (Hall, 2013) sofreu deslocamentos fundamentais para compreendermos fenômenos como esse, é preciso repensar até mesmo o conceito de identidade, em outros termos.

O hábito religioso entre conotação e denotação, entre as vestes e os costumes, fazem parte do que Martino (2016) designou como “dispositivos religiosos” (Martino, 2016) e pudemos reconhecê-los durante o estudo dos fragmentos desse programa televisivo nas suas estratégias e disposições em uma dialética entre materialidades dos corpos e dos meios técnicos com a imaterialidade dos símbolos e significados dos discursos na cultura.

Delimitar e extrapolar o papel religioso de Irmã Cristina com o que nele há de rígido e que reitera a aparência junto com a efervescência do espetáculo parece rearranjar os sentidos não mais opondo a rigidez das tradições à flexibilidade do entretenimento.

A diversidade no contemporâneo expõe aspectos de “condição e contradição” (Gebara, 2017), no qual os papéis de mulher-religiosa e cantora pop-competidora são propícios tanto para servir ao consumo midiático quanto àquele religioso passando por outras questões adjacentes e complementares a esse binário.

Assim como a religião torna-se desejosa de uma fidelização na audiência, a mídia pode assumir o aspecto de arrebanhadora de fiéis. No cruzamento desses interesses e conveniências é que as tecnologias e as relações combinam seus antigos e novos poderes e processos, negociam suas exigências e mixam o que de mais vantajoso pode haver no relacionamento entre si para chegar a muitos.

Referências bibliográficas

BALLANDO CON LE STELLE. (2019). **Rai Play**, 2019. Disponível em <<https://www.raisplay.it/programmi/ballandoconlestelle/>>. Acesso em: 3 de jun. de 2019.

BERNARDES, M. ; MARQUES, A. C. S. (2014). A constituição da mulher como sujeito político no filme *A Fonte das Mulheres* e a filosofia política de Rancière: uma aproximação possível. In: COELHO, C. N. P.; MARTINO, L. M. S.; (Org.). **Mídia, Espetáculo e Poder Simbólico**. 1ed.São Paulo: InHouse, v. 1, p. 195-220.

DAMISCH, Hubert. (2007). Entrevista conduzida por Joana Cunha Leal. **Revista de História da Arte**, UNL, n° 3, Lisboa: Edições Colibri, p. 7-18.

DELLO PREITE, Maria. (1979). **L'immagine scientifica del mondo di Johann Heinrich Lambert**. Razionalità ed esperienza. Bari: Dedalo libri.

DIDI-HUBERMAN, G. (2012). Quando as imagens tocam o real. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes da EBA/UFMG**, Belo Horizonte, 2(4):204-219.

FERES, Beatriz dos Santos. (2012). **Leitura, fruição e ensino: do espectador ao expectador**. In: III Congresso Internacional de Leitura e Literatura Infantil e juvenil. Porto Alegre: Edipucrs, v. 1. p. 1-15.

GEBARA, Ivone. (2017). **Mulheres, religião e poder: ensaios feministas**. São Paulo: Edições Terceira Via.

HALL, S. (2011). Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. **Identidade e Diferença**. Petrópolis: Vozes.

HALL, S. (2013). **A identidade cultural na pós-modernidade**. 14a. edição. São Paulo: DP&A.

MARCONDES FILHO, Ciro. (2017). **Elemento para a construção de uma comunicologia. De como melhor compreender a comunicação considerando-a como um evento estético**. XXVI Encontro Anual da Compós, São Paulo.

MARTINO, L. M. S. (2015). Like a Prayer: articulações da cultura pop na midiatização da religião. In: CARREIRO, Rodrigo. FERRARAZ, Rogério. SÁ, Simone Pereira de. (orgs). **Cultura pop**. Brasília: Compós, p. 57-72.

MARTINO, L. M. S. (2016). **Mídia, religião e sociedade. Das palavras às redes digitais**. São Paulo, Paulus.

RAI PLAY. (2019). Il Charleston di Suor Cristina e Stefano Oradei - 30/03/2019. **Ballando con le Stelle**, 2019. Disponível em: <<https://www.raisplay.it/video/2019/03/Il-Charleston-di-Suor-Cristina-e-Stefano-Oradei-30032019-653882f8-4fd9-4634-b7c2-94dedb97f216.html>> Acesso em: 3 de jun. de 2019.

RAI PLAY. (2019). Il tango di Suor Cristina e Stefano Oradei - 11/05/2019. **Ballando con le Stelle**, 2019. Disponível em: <<https://www.raisplay.it/video/2019/05/Il-tango-di-Suor-Cristina-e-Stefano-Oradei-11052019-f12c4101-039b-4e94-9272-8a997610de16.html>> Acesso em: 3 de jun. de 2019.

RANCIÈRE, Jacques. (2009). **A Partilha do Sensível: estética e política**. São Paulo: Ed.34.

SIFUENTES, Lírian; RONSINI, Veneza. (2011). O que a telenovela ensina sobre ser mulher? Reflexões acerca das representações femininas. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 1.

ZIDKO, Erika. (2014). 'No Brasil, vi que música e fé podem estar juntas', diz freira vencedora do 'The Voice' **BBC Brasil**, 2014. Disponível em <<https://www.raisplay.it/programmi/ballandoconlestelle/>>. Acesso em: 15 de ago. de 2019.

