

HÉLDER NÓBREGA
SEBASTIÃO ALBANO
MARCELO BOLSHAW
DEZWITH BARROS

CRÍTICA DESCENTRADA PARA O SENSO COMUM

AMOSTRAGEM DA REFLEXÃO
ACERCA DA COMUNICAÇÃO
CONTEMPORÂNEA REALIZADA
NA UFRN - VOL. VI





UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

REITOR

Terezinha Domiciano Dantas Martins

VICE-REITORA

Mônica Nóbrega



CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

DIRETOR

Ulisses Carvalho Silva

VICE-DIRETORA

Fabiana Cardoso Siqueira



EDITOR

Dr Ulisses Carvalho Silva

CONSELHO EDITORIAL DESTA PUBLICAÇÃO

Dr Ulisses Carvalho Silva

Carlos José Cartaxo

Magno Alexon Bezerra Seabra

José Francisco de Melo Neto

José David Campos Fernandes

Marcílio Fagner Onofre

SECRETÁRIO DO CONSELHO EDITORIAL

Paulo Vieira

LABORATÓRIO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO

COORDENADOR

Pedro Nunes Filho

Projeto gráfico: Rudah Silva

Capa: Hélder Paulo Cordeiro da Nóbrega

A ilustração utilizada na capa desta obra foi inspirada na estética crítica do artista polonês Paweł Kuczyński, cujas criações provocam importantes reflexões sobre tecnologia, sociedade e cultura contemporânea. Esta interpretação foi realizada com prompts próprios, em respeito à originalidade de sua obra e sem a intenção de reprodução direta, mas sim como uma homenagem ao seu estilo e às temáticas que permeiam seu trabalho.

HÉLDER NÓBREGA
SEBASTIÃO ALBANO
MARCELO BOLSHAW
DEZWITH BARROS

CRÍTICA DESCENTRADA PARA O SENSO COMUM

**AMOSTRAGEM DA REFLEXÃO ACERCA
DA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA
REALIZADA NA UFRN**

VOL. VI

EDITORA DO CCTA
JOÃO PESSOA
2026

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

C934 Crítica descentrada para o senso comum : amostragem da
reflexão acerca da comunicação contemporânea realizada
na UFRN : vol. 6 [recurso eletrônico] / Organização: Hélder
Nóbrega ... [et al.]. – João Pessoa : Editora do CCTA, 2026.

Recurso digital (15,8 MB)

Formato: ePDF

Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader

ISBN : 978-65-5621-601-0

1. Comunicação Social. 2. Comunicação midiática.
3. Comunicação contemporânea. 4. Estudos de Mídia. I.
Nóbrega, Hélder.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 316.77

Sumário

Apresentação.....	7
Anthony Giddens.....	14
Perspectivas Midiáticas na era da globalização: uma abordagem multidisciplinar do pensamento de Anthony Giddens	25
Erving Goffman	52
A intimidade como espetáculo: uma adaptação das teorias de Erving Goffman para a vida encenada nas redes sociais.....	57
Podcast Performático: uma análise sobre as representações à luz da perspectiva dramatúrgica de Goffman	73
John B. Thompson	96
Publicidade Mediada, Poder Simbólico e Democracia: uma leitura da teoria de John B. Thompson	103
John Thompson e o fenômeno do <i>Buzz</i> : a mídia como agente na promoção de O Exorcista.....	125
Manuel Castells	142
A galáxia da internet	151
Trajetória do conservadorismo: a fomentação da extrema-direita no Brasil por meio da candidatura presidencial de Javier Milei na Argentina	173
Pierre Bourdieu	210
O sensacionalismo e a busca pela audiência: uma análise sobre o filme O Abutre à luz de Pierre Bourdieu e Raymond Williams.....	215
Ângulos de transição para um cinema mundial	231
Institutos radicais de JMS. Redux	241
Sobre os autores	305

Apresentação

O volume que se apresenta, intitulado **CRÍTICA DESCENTRADA PARA O SENSO COMUM: AMOSTRAGEM DA REFLEXÃO ACERCA DA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA REALIZADA NA UFRN - VOL. VI**, organizado por Hélder Nóbrega, Sebastião Albano, Marcelo Bolshaw, e Dezwith Barros, representa uma contribuição essencial para o campo dos **Estudos de Mídia e Práticas Sociais**.

Esta VI série do nosso projeto traz uma novidade estrutural por estar pontuada por autores em torno dos quais os artigos dos discentes versam: Anthony Giddens, Erwin Goffman, John B. Thompson, Manoel Castells e Pierre Bourdieu sobredeterminam o pensamento acerca de algum caso, cujos resultados podemos ver aqui ao longo de pelo menos 12 dos 14 textos. O professor Marcelo Bolshaw sugeriu a dinâmica desta entrega devido ao método que faz uso em suas aulas no Programa de Estudos da Mídia (linha de Práticas Sociais) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). A grande diferença no formato dos estudos ocorre devido a uma resenha de Tiago Eneas e uma entrevista com João Moreira Salles realizada pelo professor Sebastião Guilherme Albano (UFRN), os demais são mesmo artigos científicos.

Diante disso, a obra se destaca pela sua abordagem multidisciplinar e pela capacidade de aplicar o arcabouço teórico clássico e contemporâneo da sociologia e da comunicação (Giddens, Goffman, Thompson, Castells, Bourdieu) à análise de fenômenos midiáticos e sociais emergentes na era digital e da globalização.

Nesse sentido, os textos aqui reunidos não se limitam a resumir conceitos, mas os colocam em diálogo com as dinâmicas de reflexibilidade, a sociedade em rede, a interação mediada e a construção simbólica da realidade, oferecendo uma crítica descentrada que ilumina a complexidade da comunicação contemporânea.

A seguir, apresentamos brevemente o conteúdo de cada seção que compõe este volume, seguindo a estrutura dedicada aos pensadores fundamentais. É válido destacar que, além dos artigos e/ou análises críticas, cada seção foi introduzida por um texto paradigmático elaborado pelo professor Marcelo Bolshaw acerca de cada um dos autores abordados.

Anthony Giddens

A seção inicia com a perspectiva do sociólogo britânico Anthony Giddens, conhecido pela Teoria da Estruturação e a reflexão sobre a modernidade radical e a Terceira Via. Com base nisso, o artigo *Perspectivas Midiáticas na era da globalização: uma abordagem multidisciplinar do pensamento de Anthony Giddens* lança um olhar panorâmico sobre seus pensamentos, aplicando-os à interpretação de campos diversos como a literatura, expressões corporais, cinema e design no contexto da globalização. Os autores enfatizam que Giddens concebe a globalização não apenas como um fenômeno econômico, mas também político, tecnológico e cultural, impulsionado pela evolução dos sistemas de comunicação. O texto explora ainda o conceito de glocalização, mostrando como elementos culturais locais (como o *passinho dos maloka* do Recife-PE) se adaptam e ganham visibilidade em contextos globais, utilizando as tecnologias digitais para projetar identidades periféricas.

Erving Goffman

O trabalho de Erving Goffman, focado nas interações face a face e na análise dramatúrgica, é adaptado ao ambiente digital. Nessa perspectiva, o artigo *A intimidade como espetáculo: uma adaptação das teorias de Erving Goffman para a vida encenada nas redes sociais* utiliza a obra *A representação do eu na vida cotidiana* para analisar a vida encenada nas redes sociais, onde o “eu” é visto como um efeito dramático ou um personagem constantemente representado. O estudo aborda a gestão estratégica da autoimagem, a busca por legitimação social, e a maneira como as redes sociais transformam a intimidade em espetáculo e diluem a dicotomia entre palco e bastidores. Complementando essa discussão, o artigo *Podcast Performático: uma análise sobre as representações à luz da perspectiva dramatúrgica de Goffman* investiga como apresentadores e convidados de *videocasts* constroem e mantêm uma “fachada” para o público, moldando falas e reações para reforçar sua marca pessoal em um formato de comunicação performática e midiaticizada.

John B. Thompson

Esta seção explora o papel da mídia na modernidade, especialmente na esfera política e na construção da realidade simbólica, dando continuidade às reflexões de Giddens. A *Análise crítica: Publicidade Mediada, Poder Simbólico e Democracia: Uma Leitura da Teoria de John B. Thompson* sumariza as ideias de Thompson, detalhando a natureza da quase-interação mediada e a transformação da visibilidade, que, dissociada da presença física, torna-se um recurso administrado e controlado pela mídia na política moderna. Discute ainda o papel da mídia no desenvolvimento da democracia

deliberativa. Em seguida, o artigo *John Thompson e o fenômeno do Buzz: a mídia como agente na promoção de O Exorcista* demonstra a capacidade da mídia de transformar um produto cultural em um fenômeno social, analisando a promoção do filme *O Exorcista* (1973) e como o fenômeno do buzz (agitação e rumor) exemplifica a manipulação simbólica que molda a percepção pública.

Manuel Castells

A reflexão sobre a tecnologia e a sociedade em rede é central nesta parte. É nesta esteira que a *Análise crítica: A galáxia da internet* revisita a obra de Castells, destacando a emergência do Capitalismo Informacional e a sociedade em rede. Desse modo, o texto descreve as culturas de usuários que moldaram a internet (tecnoelites, hackers, empresários e comunidades virtuais) e analisa a apropriação das Redes Digitais para a ação social. Além disso, é exemplificado o caso do Movimento Passe Livre (MPL) no Brasil, mostrando como as TICs possibilitaram a mobilização descentralizada e a articulação de narrativas alternativas, desafiando a mídia tradicional e as estruturas de poder estabelecidas.

Pierre Bourdieu

Esta seção aborda a crítica à produção midiática, com o artigo *O sensacionalismo e a busca pela audiência: uma análise sobre o filme O Abutre à luz de Pierre Bourdieu e Raymond Williams*. Neste cenário, a análise utiliza o filme *O Abutre* (2014) como prisma para discutir a espetacularização das notícias e a submissão do campo jornalístico à lógica comercial e aos índices de audiência. Mais especificamente, baseando-se em Bourdieu, o texto critica o efeito de emergência da televisão e a uniformização dos conteúdos, enquanto recorre

a Raymond Williams para entender a televisão como uma forma cultural moldada pelas normas da sociedade capitalista, que transforma a notícia em produto de entretenimento.

Textos Adicionais

A obra ainda é enriquecida com as seguintes contribuições, que expandem a discussão sobre o audiovisual e a cultura:

A *Resenha livre: Ângulos de transição para um cinema mundial* apresenta o livro de Sebastião Guilherme Albano (2024), que se debruça sobre filmes latino-americanos e portugueses, utilizando a noção de world cinema. Notadamente, o autor do livro resenhado explora o cinema para discutir temas como violência, colonialismo, memória histórica e a busca por um gosto cosmopolita que pode mascarar a padronização mercadológica.

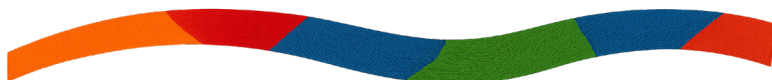
A *Entrevista: Institutos radicais de JMS. Redux* traz um aprofundado diálogo com o documentarista João Moreira Salles (JMS), abordando sua obra e método, incluindo filmes como *Santiago* (2006) e *No intenso agora* (2017). A conversa se concentra na ética do documentário (e o poder assimétrico do diretor), a reflexão sobre memória e tempo, e a relação de classe explícita na filmagem de *Santiago*. JMS também discute o papel do documentário como cinema de não-ficção e sua reivindicação do direito de um cineasta brasileiro refletir sobre eventos globais (como o Maio de 68).

Por fim, o conjunto de reflexões críticas, análises detalhadas e diálogos teóricos presente nesta obra torna-a indispensável para estudantes e pesquisadores de graduação e pós-graduação em Comunicação Social, Estudos da Mídia, Sociologia, e áreas afins. Além disso, devido à relevância dos temas abordados – que

incluem o impacto da internet, a política, o consumo cultural e as manifestações sociais contemporâneas –, o livro é altamente recomendado para o público leitor em geral que busca uma compreensão mais aprofundada e crítica sobre o complexo cenário da comunicação contemporânea e suas implicações nas práticas sociais.

Os autores





Anthony Giddens

Marcelo Bolshaw¹

Anthony Giddens é sociólogo, diretor da *London School of Economics* e professor da Universidade de Cambridge. Também é professor visitante de instituições importantes, como as universidades de Harvard, Standford, Roma e Sorbonne. O pensador tem trinta e um livros, publicados em vinte e dois países. Colaborou no desenvolvimento de ideias políticas de centro-esquerda, popularizando **a ideia de Terceira via** (entre o estadismo e a agenda neoliberal), com que pretende contribuir para a renovação da socialdemocracia. Giddens trabalhou ainda como assessor do ex-Primeiro-ministro britânico Tony Blair, durante o governo trabalhista. **Quatro temas são essenciais** ao pensamento de Giddens: **a teoria da estruturação; a flexibilidade produzindo risco; a política de terceira via; e a democracia**. Vejamos rapidamente cada um desses temas.

1. Teoria das teorias

A Teoria da Estruturação é uma “teoria de segunda ordem” (que uma teoria aplicada a outras teorias e não à realidade social)

¹ Doutor em Ciências Sociais. Professor titular do Decom (UFRN). E-mail: marcelo-bolshaw@gmail.com. O professor Marcelo Bolshaw assina todos os textos acerca dos principais autores contemplados nesse livro: Anthony Giddens, Erving Goffman, John B. Thompson, Manoel Castells, e Pierre Bourdieu.

e é resultante de extensão revisão crítica da tradição sociológico, que abarca o funcionalismo (onde, além de Talcott Parson e Robert Merton, Giddens inclui ainda Habermas e Luhmann), o estruturalismo (incluindo também pós modernos como Derrida e Foucault), as sociologias interpretativas e o marxismo (Nizet, 2016, 15-45).

Para Giddens, a noção de função implica em atribuir “necessidades” e “objetivos” aos sistemas sociais, além de excluir a história e desconsiderar a ação dos indivíduos. O estruturalismo amplia a objetividade, estabelecendo a estrutura como um sistema de regras impessoais, mas ainda sem ver ação histórica dos homens. Giddens considera essas formas de pensar positivistas, pois tratam a sociedade como um objeto das ciências biológicas.

No outro oposto, estão as sociologias interpretativas weberianas: a etnometodologia de Harold Garfinkel, o interacionismo simbólico de George Herbert Mead e Erving Goffman – das quais Giddens assimila a noção de ator. Para ele, no entanto, esses aportes abordam apenas os indivíduos e não as instituições e a questão da mudança social.

E tanto Marx e quanto o marxismo, para Giddens, são ambíguos em relação à ação social. Segundo Giddens, o jovem Marx (do período alemão) e o Marx de *O 18 Brumário de Luís Bonaparte* são favoráveis a primazia da ação social; já o Marx do *Manifesto Comunista* e do *Capital* defende a primazia da estrutura sobre a ação. Os marxistas também adotam os dois pontos de vista: Lukács dá ênfase à ação social, enquanto Althusser, à estrutura social.

Para conferir as críticas detalhadas de Giddens ao funcionalismo e ao estruturalismo, veja o livro *Política, sociologia e teoria social* (1998). A crítica ao interacionismo simbólico e

a etnometodologia pode ser lida em *Novas Regras do Método Sociológico* (1996). O livro *Sociologia* (2008) tem o percurso teórico completo realizado por Giddens em seu projeto de organização e síntese das ciências sociais.

Estruturação = Práticas Sociais. A Estruturação como processo social de Giddens equivale ao conceito de Práticas Sociais de Bourdieu. Ambos consideram “a dupla hermenêutica das ciências sociais”, a dialética entre ação social e estrutura, a práxis. Além disso, ambos também consideram que os atores são individuais e coletivos (instituições). No entanto, enquanto o francês tem uma queda pelo lado estrutural; o inglês é assumidamente interpretativo, defendendo a primazia dos atores e seus recursos sobre as condições coercitivas do sistema. Giddens assimila e integra o funcionalismo e o estruturalismo a uma forma de pensar fenomenológica; enquanto Bourdieu, no sentido contrário, coloca as práticas sociais dentro de contextos de condicionamentos.

Assim, não existe uma estrutura social fixa e permanente como pensava o estruturalismo e o funcionalismo, ela é processual e histórica. Não há uma única estrutura social, mas sim um processo de estruturação em que as relações sociais não são rígidas, mas sim dinâmicas no tempo e no espaço, posto que são práticas recursivas. Aliás, a reflexibilidade, neste contexto, seria “uma recursividade indireta”.

2. A modernidade e modernidade radical

A tradição é uma reflexibilidade entre o passado e o presente, em que a memória formata o acontecimento que confirma a lembrança passada. **A modernidade é uma reflexibilidade entre**

o presente e o futuro simulado, levando ao desencanto simbólico das relações sociais e à indução ao risco (e à aventura – acrescento).

Nos livros *As consequências da modernidade* (1991) e *Modernidade e identidade* (2002), Giddens discorre a noção de “reflexibilidade” seria uma propriedade estrutural, mas depois – principalmente após seu encontro intelectual com Ulrich Beck no livro *Modernização Reflexiva* (Beck; Giddens; Lash, 1994) e a consolidação da noção de *Sociedade de risco* (Beck, 2010) – a ideia de reflexibilidade passou a desempenhar um papel central para Giddens. “Reflexibilidade” é a capacidade de retroalimentação realidade cultural e a vida social. Para pensar o conceito de reflexividade, Giddens realiza um contraponto entre as sociedades tradicionais e as sociedades modernas. A vida social tradicional era voltada para o passado, para repetição de ciclos históricos; a modernidade inicia uma nova concepção de tempo-espaço em que a reflexividade é voltada para o presente e para o futuro. Segundo Giddens (2003, p.33), risco corresponde a “infortúnios ativamente avaliados em relação a possibilidades futuras”.

“O risco é a dinâmica mobilizadora das sociedades propensas à mudança, que desejam determinar o próprio futuro em vez de confiá-lo (...) à tradição”. (Giddens, 2003, p. 34).

Nesse sentido, a aceitação da existência do risco corresponde a uma forma calculista de ver o mundo, através da qual, simulam-se várias reações possíveis aos acontecimentos. Quanto mais a tecnologia interfere na vida social, quanto mais a objetividade científica e a mentalidade secular tornam-se senso comum, mais o homem reflete a existência do risco e adota psicologicamente

o “princípio do acautelamento”, em que se sustenta a incerteza científica (a dúvida sistemática).

Giddens, no entanto, não acredita na secularização absoluta das tradições e sim que a modernidade convive com o poder simbólico de modo diferente. Ao contrário, o que agora chamamos de tradição é algo inventado a pouco tempo pela própria modernidade. A reflexividade moderna funciona em conjunto com a reflexividade tradicional.

Da mesma forma, Giddens não concorda com a ideia de uma ruptura histórica da modernidade com a globalização, mas sim que houve um recuo ainda maior da reflexividade tradicional e uma generalização ainda maior da reflexividade moderna, após os anos 60. Para ele, não há “pós-modernidade” e sim uma “modernidade racial”, em que o desencantamento simbólico do mundo passa atingir as relações de intimidade, dando um caráter afetivo à família (que antes era uma unidade econômica) e alterando a auto formação da identidade pessoal.

O livro *A transformação da intimidade* (2003) elabora a noção de “democracia emocional” e trata da reflexividade exacerbada pelo risco, que tem como principal produto o hiper individualismo e a mudança nas relações pessoais no cotidiano em todo mundo.

Giddens aponta três áreas principais em que a comunicação emocional está substituindo as relações tradicionais entre as pessoas: os relacionamentos sexuais e de amor; os relacionamentos pais-filhos; e os relacionamentos de amizade.

3. Política de terceira Via

Na revolução francesa, os girondinos sentaram à direita e os jacobinos, à esquerda. Para Bobbio (2001), tal fato caracterizou

ideologicamente toda história política que se seguiu. A direita representa os que defendem a liberdade individual acima da igualdade social entre indivíduos; a esquerda corresponde aos que advogam a primazia da igualdade de todos sobre a liberdade de cada um.

Os dois lados políticos são assim polos da contradição moderna entre liberdade e igualdade. Para Bobbio (2001), quando uma sociedade pendia demais para esquerda, tornava-se totalitária em nome da igualdade; e, quando se fixava na direita, se tornava injusta e desigual em nome da liberdade. O equilíbrio complementar entre as duas práticas, o centro, a fraternidade, a única capaz de observar qual a melhor posição no momento para cada situação (movimento pendular) e de negociar pragmaticamente soluções e compensações caso a caso.

O centro seria assim menos ideológico e mais político, ou mais responsável e orientado por objetivos e estratégias do que por convicções e valores, para citar as éticas políticas de Weber. Anthony Giddens retoma a reflexão de Bobbio, mas, socialdemocrata, discorda no movimento pendular do centro, apontando a simetria paradigmática insustentável da polaridade atualmente: **ou temos a regulamentação econômica com anarquia moral – como quer a esquerda; ou a anarquia econômica com fortes controles morais – como deseja a direita.**

Com a proposta de uma Política de Terceira Via, Giddens (2001a, 2001b), elabora uma resposta ao impasse entre a socialdemocracia tradicional (o keynesianismo e o estado do bem-estar social) e o neoliberalismo (ou o estado mínimo e aberto às trocas externas) com a ampliação do papel desempenhado pela Sociedade Civil.

Nem a auto regulação selvagem dos mercados, nem o Estado inoperante e falido; apenas democratização da

democracia pode mediar o conflito entre os interesses econômicos e políticos. A política de Terceira Via seria essa despolarização pragmática do modelo esquerda x direita, em que planejamento e a liberdade se combinem criativamente.

Dentro desses parâmetros, a Política de Terceira Via defende oportunidades iguais, responsabilidade pessoal e mobilizações constantes dos cidadãos e das comunidades, dando atenção especial à família (a entrada das mulheres no mercado de trabalho) e ao aumento da criminalidade.

Este realinhamento dos extremos desemboca na ideia de uma política sem inimigos. Para esquerda, os maus são os capitalistas, o mercado, as grandes corporações, os EUA, etc., para direita, os maus são: o estado inchado, o relativismo cultural, os imigrantes e os criminosos. “Mas não há uma fonte concentrada dos males do mundo: temos que deixar para trás a política de redenção” (Giddens, 2001a, p. 45).

E essa “política sem inimigos”, acima da direita e da esquerda, é também um forte argumento eleitoral.

Em 1999, Giddens deu uma série de palestras para BBC de Londres, que depois foram resumidas e organizadas como o livro *O Mundo em descontrole – o que a globalização está fazendo de nós* (2003). O livro é dividido em cinco capítulos: Globalização, Risco, Tradição, Família e Democracia.

O primeiro capítulo analisa dois grupos de pensamento sobre Globalização o fenômeno: os “céticos e/ou fundamentalistas”, que acham que a globalização não traz nada de novo: é apenas o desenvolvimento imperialismo norte-americano; e os “radicais cosmopolitas”, que acreditam que ela está mudando tudo, destacando a onda mundial de adaptação econômica dos

“países em desenvolvimento” à dinâmica do mercado global, bem como a influência cultural desses países em relação aos “países já desenvolvidos”. A essa contra influência o autor denomina de “colonização inversa”.

O importante é que com a globalização, as ações não estão mais confinadas às áreas geográficas, mas têm repercussões globais. Repercussões que, ao mesmo tempo em que mudam as estruturas mundiais, interferem na identidade do cidadão que se encontra no cerne da luta entre dependência e autonomia, entre fundamentalismo territorial e cosmopolitismo sem raízes, características da globalização atual.

A globalização (econômica e cultural) começa com a aventura das grandes navegações, quando descobrimos a dimensão global da terra. A modernidade é essa aventura que rompe com as tradições. A palavra “Risco” surgiu nas áreas ainda não exploradas dos mapas marítimos dos navegadores portugueses que eram riscadas. Os temas do livro (globalização, risco, tradição, família e democracia) estão todos relacionados uns com os outros.

4. Democracia

Pode-se compreender **a noção de democracia para Giddens como uma forma de governo e como um método de relacionamento** (ou democracia emocional).

Como forma de governo Giddens (2003) adere ao modelo da democracia deliberativa proposto por Habermas, em que a igualdade jurídica entre indivíduos é representada pelo Estado; que a liberdade é um atributo e uma exigência do Mercado; e que a Sociedade Civil encarna o princípio da solidariedade fraterna. Habermas deseja que ampliar a esfera pública através da organização das comunidades.

O autor mencionado adota o tripé da estrutura política moderna e a disputa entre o Mercado e o Estado pela Sociedade Civil. Porém, ao contrário de Habermas, Giddens, com a política da terceira via, deseja terceirizar o Estado através de ONGs. Acredita ainda que é necessário passar a aperfeiçoar a democracia representativa como forma de governo, através de uma passagem gradativa da democratização do Estado à democratização da sociedade e das instituições (da escola, da fábrica, dos bairros).

Ele chama este processo histórico-institucional de “**democratização da democracia**”.

Mas, há também a “democracia emocional”, um método de relacionamento e de tomada de decisões coletivas entre pais e filhos, entre grupos de amigos, entre marido e mulher (Giddens, 2003, p. 61).

A democracia como método não consiste simplesmente na regra de maioria (pois assim seria impossível existir democracia entre duas pessoas com interesses diferentes, como professor e aluno, por exemplo) ou o direito ao dissenso, mas sim no “novo contractualismo”, isto é, na **negociação dos interesses divergentes e das próprias regras de negociação**.

A democracia emocional não anula as obrigações sociais e familiares. Ele é resultante da negociação dos hábitos e valores da sociedade tradicional. Portanto, igualdade sexual, liberdade sexual das mulheres e dos homossexuais e redefinição da estrutura familiar marcam o afloramento de uma nova democracia.

A democracia vista desse modo não é o predomínio formal da maioria, mas a tomada de decisões através das regras negociadas entre os diferentes pontos de vista que formam uma unidade de ação.

A democracia como um regime de regras negociadas é “a” utopia (o projeto de uma sociedade perfeita sempre inacabada) por excelência. Os mitos estão sempre ancorados no passado imemorial, na tradição, na origem anterior à história; a utopia, ao contrário, está projetada no futuro, em um tempo que ainda não chegou no “fim da história”.

E, no presente, na reflexibilidade moderna, a **democracia real é sempre imperfeita e imprevisível, arriscada e manipulada pelo poder simbólico.** Desta contradição nasce “o paradoxo da democracia”: quanto mais as pessoas se individualizam, menos participam das decisões coletivas. Giddens prova o paradoxo estatisticamente e suspeita que a mídia seja parcialmente responsável pelo problema.

A apatia política (dos jovens de maior renda e nível de instrução) caminha junto com a internet e com o acesso ao consumo global de informação. Por outro lado, há os que não aceitam bem a própria autonomia individual e mergulham em diferentes tipos de dependência. Os novos inimigos da democracia são as próprias liberdades individuais que ela permite diante das instituições e do estado.

Referências bibliográficas

BOBBIO, Norberto. **Direita e Esquerda.** São Paulo: UNESP, 2001.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Editora UNESP, 1991.

_____. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas.** São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

_____. **Novas Regras do Método Sociológico** – uma crítica positiva às sociologias interpretativas. Lisboa: ISCSP/Gradiva, 1996a.

_____. **Para Além da Esquerda e da Direita**. São Paulo: UNESP, 1996b.

_____. **Política, sociologia e teoria social**: encontros com o pensamento clássico e contemporâneo. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1998.

_____. **A terceira via**. Rio de Janeiro: Record, 2001a.

_____. **A terceira via e seus críticos**. Rio de Janeiro: Record, 2001b.

_____. **Modernidade e identidade**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

_____. **O Mundo em descontrolo o que a globalização está fazendo de nós**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **Sociologia**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008.

NIZET, Jean. **A sociologia de Anthony Giddens**. Petrópolis, Vozes, 2016.

*Imagem de Anthony Giddens gerada por IA a partir de *prompts* elaborados por Hélder Nóbrega.



Perspectivas Midiáticas na era da globalização: uma abordagem multidisciplinar do pensamento de Anthony Giddens

Danilo Silva de Meireles¹

Davi Jose di Giacomo Koshiyama²

Dezwith Alves de Barros³

Emanoel Flôres de Lima⁴

Resumo

Este artigo tem como objetivo lançar um olhar panorâmico e multidisciplinar sobre pensamentos do sociólogo britânico Anthony Giddens (2000), trazendo-os à interpretação da atualidade em diferentes campos da sociedade, tais como a

1 Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: meirelesdanilo9@gmail.com

2 Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: davijoseonline@gmail.com

3 Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: dezwith.barros.089@ufrn.edu.br

4 Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: emanoel.limma@gmail.com

literatura, expressões corporais, cinema e design, no contexto da globalização.

Palavras-chave: Anthony Giddens; literatura; expressão corporal; cinema; design.

Introdução

Nas últimas duas décadas, com o advento do streaming e a democratização do acesso à internet, cada vez mais foram se popularizando palestras de intelectuais e de artistas das mais diversas áreas do conhecimento e da cultura. Todavia este tipo de produção não surgiu neste século. Na segunda metade do Século XX, a caráter de exemplo, as famigeradas Aulas e *Lectures* de Roland Barthes (2017) e Michel Foucault (1996) já causavam certos incômodos entre acadêmicos e políticos. Na esteira dessa tradição, por assim dizer, um ciclo de palestras proferidas pelo sociólogo, economista e político britânico Anthony Giddens (1999), como convidado do programa *Reith Lectures*⁵, da emissora BBC, provocou diversas controvérsias na última virada de século, mais precisamente em 1999.

Sob o autoexplicativo título *Runaway World*⁶, no referido ciclo de palestras, Giddens (1999) além de sistematizar o conceito de “globalização” (palavra utilizada no título da versão da obra publicada em língua portuguesa: *O mundo na era da globalização*), discute os impactos deste processo em diversas

5 Os áudios das palestras proferidas pelos Professor Giddens no programa *Reith Lectures*, da BBC, estão disponíveis na íntegra no link: <https://www.bbc.co.uk/radio4/reith1999/>. Acesso em 09 abr. 2025.

6 Em tradução livre, é possível compreender o título original do ciclo de palestra de Giddens como “mundo em desvairada” ou “mundo em descontrole”, no sentido de algo que corre sem meios para se frear.

instâncias sociais, como a economia, a democracia (macro), a tradição e a família (micro).

Por mais contemporânea que seja a discussão sobre o tema globalização, engana-se quem pensa que esse processo surgiu junto com a popularização do termo (o que vem ocorrendo da década de 1980 para cá). Na introdução escrita por Giddens (2000) para a versão em livro de sua palestra, o autor contextualiza o conceito de “evolução” já a partir do Iluminismo. Nessa perspectiva, diante da rejeição da influência da religião e de seus dogmas, o homem passa, portanto, a pautar a sua existência a partir de formas mais racionais de encarar a vida. Nas palavras do sociólogo:

Os filósofos do Iluminismo serviram-se de um preceito simples, mas aparentemente muito poderoso: quanto mais capazes formos de usar a razão para entendermos o mundo e para nos entendermos a nós mesmos, mais capazes seremos de moldar a História à nossa medida (Giddens, 2000, p. 15).

Seguindo essa visão dialética, Giddens (2000) apresenta diversos pensadores que teorizaram acerca do futuro dessa sociedade cada vez mais “globalizada”. Dentre estes, ele dá destaque para Karl Marx, Max Webber e até para o romancista George Orwell. No entendimento desses estudiosos, o desenvolvimento levaria a sociedade a um lugar de estabilidade, de ordenação, de previsibilidade, com os indivíduos tornando-se fundamentos de uma engrenagem social e, sobretudo, econômica.

Porém, Anthony Giddens (2000) põe em evidência a decepção da não concretização das hipóteses levantadas pelos pensadores que citou. Em tom catastrófico, o britânico comenta que:

o mundo em que agora vivemos não se parece muito com aquele que foi previsto [...]. Em vez de estar cada vez mais dominado por nós, parece totalmente descontrolado [...]. Além disso, algumas das razões que levaram o homem a pensar que a vida se tornaria mais estável e previsível [...] tiveram por vezes efeitos totalmente opostos (Giddens, 2006, p. 16).

É o caso evidente do que tem ocorrido em relação às mudanças climáticas e ao aquecimento global. O avanço da industrialização, somado ao crescimento populacional e ao uso desenfreado de recursos naturais, tem produzido efeitos adversos e inesperados, como o aumento das temperaturas médias do planeta, o derretimento de calotas polares, eventos climáticos extremos e a elevação do nível do mar.

De acordo com o Sexto Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC)⁷, da Organização das Nações Unidas (ONU), as mudanças climáticas representam uma ameaça existencial que afeta todos os aspectos da vida humana e exige ação imediata e coordenada em escala global. Longe de representar um progresso ordenado, esses fenômenos revelam o caráter instável e imprevisível do mundo contemporâneo, colocando em xeque as expectativas de controle e segurança outrora projetadas pelo pensamento moderno. Assim, o futuro, antes idealizado como continuidade de um progresso linear, passa a ser marcado pela incerteza e pelo risco global.

⁷ Disponível em: https://www.biodiversidade.ciss.fiocruz.br/relatorio-da-onu-avalia-os-impactos-das-mudancas-climaticas?utm_source=chatgpt.com Acesso em: 22 jan. 2025.

Mas isso não define o que vem a ser a globalização em termos conceituais. Para o autor supracitado, está definitivamente não é uma palavra simples de definir e pôr em um dicionário. Segundo ele, sequer é fácil rastrear a sua origem ou quando a terminologia passou a ser mencionada. O que se sabe é que, quando começou a ser utilizada com um pouco mais de frequência, o seu significado ainda era pouco evidente e, muitas vezes, contraditório. Foi nesse contexto que surgiram duas correntes acerca do termo globalização, chamadas por Giddens (2000) de céticos e radicais.

Quadro 1: Globalização na perspectiva dos céticos e dos radicais

CÉTICOS	RADICAIS
Descrença no conceito	Fato concreto
O mundo continua o mesmo	Sentida em toda parte do mundo
Comércio externo representa apenas uma pequena porcentagem do rendimento nacional	Mercado global está muito mais desenvolvido do que nos anos 60 e 70
Trocas econômicas são feitas apenas entre regiões (União Europeia, Mercosul etc.)	Nações perderam parte de suas soberanias
Pertencem à “velha esquerda política”	Políticos perderam capacidade de influenciar os acontecimentos
Os governos continuam capazes de controlar a vida econômica e manter intactos os benefícios do Estado-providência.	Fim da era do estado-nação

CÉTICOS	RADICAIS
A globalização é uma ideia dos liberalistas para destruir os sistemas de segurança social e diminuir os gastos públicos	Indiferente às fronteiras nacionais

Fonte: Elaborado com base em Giddens (2000, pp. 20-21).

Frente a esta dicotomia, em comunhão com o seu posicionamento político abertamente liberal, Giddens (2000) diz ser da opinião de que quem está mais próximo de estar certo são os radicais. Para isso, ele apresenta argumentos sempre relacionados à expansão do comércio externo, bem como do capital em si. Em suas palavras: “o volume do comércio externo de hoje é superior ao de qualquer período anterior e abrange uma gama muito mais extensa de bens e serviços” (Giddens, 2006, p. 21).

Todavia, apesar desse vislumbre com os louros da globalização enquanto algo inerente à expansão do capitalismo, o autor critica tanto céticos quanto radicais no que diz respeito à compreensão do que, de fato, vem a ser a globalização. Em um dos poucos trechos de suas palestras sobre a globalização em que ele acena para uma definição mais objetiva do que viria a ser o conceito do termo, o estudioso enfatiza o seguinte:

Eu diria sem hesitar que a globalização, tal como estamos a vivê-la, a muitos respeito não é apenas uma coisa nova, é também algo de revolucionário. Porém, creio que nem os cépticos nem os radicais compreenderam inteiramente o que é a globalização ou quais são as suas implicações em relação às nossas vidas. Para ambos os grupos trata-se, antes de tudo, de um fenómeno de natu-

reza econômica. O que é um erro. A globalização é política, tecnológica e cultural, além de econômica. Acima de tudo, tem sido influenciada pelo progresso nos sistemas de comunicação, registrados a partir do final da década de 1960 (Giddens, 2000, p. 22).

A partir desta compreensão do termo globalização, ao expandir o conceito para além da economia, Giddens (2000) fornece um significativo aparato teórico para a compreensão de manifestações e fenômenos culturais, artísticos e tecnológicos, no contexto deste mundo “fora de controle”, no qual a velocidade com que tudo é produzido, consumido e descartado – quando não ignorado, excluído – parece não deixar lugar para (r)existência da arte de contar histórias, de criar um algo autêntico em termos de design ou até mesmo de expressar marcas identitárias de uma corporeidade.

Nessa perspectiva, é justamente sobre estes objetos (corporeidade, design e cinema) que este estudo se debruça, numa tentativa de compreender os entrelugares destas manifestações culturais no âmbito da globalização.

Imagens sobre o corpo na cultura contemporânea, um viés pelo conceito de globalização

Embora Giddens (2000) não trate em seu texto de questões diretamente relacionadas ao corpo, seus pensamentos sobre globalização e cultura levantam pontos relevantes para se refletir as imagens sobre o corpo na cultura contemporânea. Giddens (2000), ao afirmar que a globalização é um fenômeno não apenas econômico, mas também político, tecnológico e cultural, e que, acima de tudo, tem sido impulsionada pelos avanços nos sistemas de comunicação,

pode ser mobilizado para compreender como determinadas corporeidades são afetadas e ressignificadas nesse contexto global.

Corporeidades estas que se articulam a partir do arcabouço cultural, político e midiático—esse último entendido na esfera tecnológica—para se projetarem para o mundo de maneira que desestabilizam as noções de local e global. Portanto, o fio condutor: globalização, assentado nos tópicos política, tecnologia (aqui tomada como mídia) e cultura, servirão para a reflexão que aqui se intitula como, imagens sobre o corpo na cultura contemporânea.

Nesse sentido, vale situar de quais imagens, quais corpos e qual cultura é que se fala. As imagens aqui refletidas são produções de sujeitos subalternizados, pauperizados e periféricos da capital Recife-PE; os corpos de que se ocupa esta discussão são corpos masculinos, de jovens dançantes do estilo musical brega-funk; a cultura que se destaca é uma manifestação juvenil, marginal e local, que agrega elementos e tendências do universo midiático digital para se projetarem globalmente, articulando com isso artifícios de publicização dos corpos.

Esse movimento de articulação entre o local e o global pode ser compreendido a partir do conceito de glocalização, que designa a capacidade de elementos culturais locais se adaptarem e se projetarem em contextos globais, sem perderem sua originalidade. A glocalização não representa uma diluição do local no global, mas sim uma negociação ativa, onde práticas e expressões periféricas—como o brega-funk, o passinho—se apropriam das tecnologias globais (redes sociais, plataformas de vídeo, aplicativos) para afirmar identidades locais.

É nesse entrelaçamento que corpos marginalizados ganham visibilidade e produzem novos significados, tensionando o centro

e a periferia, o universal e o particular. Como afirma Lourenço (2014) inspirado no pensamento de Robertson (1995), a globalização evidencia que o global não suprime o local, mas, ao contrário, é constantemente reconfigurado por ele.

A globalização não significa, assim, o fim do *local*, enquanto realidade social. O que a globalização significa de facto é uma forte e intensa conexão do local e do global, associada a um conjunto profundo de transmutações da vida quotidiana, que afetam as práticas sociais e os modos de comportamento preexistentes (Lourenço, 2014, p. 04).

Assim, os corpos dançantes da periferia recifense não apenas são consumidos globalmente, mas também interferem nas lógicas da cultura digital contemporânea, propondo outras estéticas, ritmos e modos de existir. Denominado e definido atualmente por alguns pesquisadores como “movimento cultural”, como “expressão e identidade de jovens periféricos”, em que a dança é a principal expressão desses grupos (Silva; Barros, 2019, p. 02), O *passinho dos maloka*⁸, esta dança, é um artifício dos sujeitos praticantes, e que capaz de mobilizar conceitos articulam os de “liberdade, pertencimento e representatividade” (Silva; Barros, 2019), que funcionam como uma espécie de fortalecimento da identidade local, promoção de regionalismos, mas que se querem globalizados quando da utilização das redes digitais, tais quais *Instagram*, *YouTube* e outras plataformas onde divulgam seus conteúdos e remixam os conteúdos de outros países.

⁸ A grafia respeita a forma como os sujeitos dinamizam oralmente os nomes que requerem sobre si. Também faz referência ao termo *maloka*, que vem de *maloqueiro* e é também uma brincadeira com a sensualidade masculina.

Com a ascensão das redes sociais e plataformas digitais, os dançantes do passinho alcançam uma visibilidade global. Seus corpos são compartilhados e consumidos em escala mundial, permitindo que a cultura periférica dialogue com audiências diversas. Isso também levanta questões sobre apropriação cultural e a representação das culturas marginalizadas na esfera global.

Assim como movimentos anteriores o fizeram, em cenários midiáticos distintos do atual e do analisado em *O Passinho dos maloka*, o samba, por exemplo, se globalizou nos anos 1930-40 através da rádio, do carnaval e de sua absorção na música popular brasileira (MPB). O breakdance foi impulsionado pelos videocliques da MTV nos anos 1980 e 1990. O axé foi exportado principalmente por meio dos shows televisionados e até mesmo locomoções de trios elétricos. O funk começou na radiodifusão comunitária e depois atingiu programas de TV, passando a integrar grandes eventos.

Imagem 1: Dançantes do *passinho dos maloka* no centro do Recife-PE



Fonte: Fotos reprodução do canal LeiaJa (2019).

O passinho é uma fusão de diversas influências musicais e estilísticas, incluindo funk, hip-hop e ritmos afro-brasileiros. Essa hibridização reflete a dinâmica da globalização, onde culturas se encontram e se mesclam. Os corpos dos dançantes tornam-se palcos de intercâmbio cultural, ressignificando tradições locais à luz de influências globais.

No entanto, vale salientar que a globalização não está necessariamente correlacionada à hegemonização cultural, ou seja, não implica que uma cultura domine outra devido ao contato globalizante. Embora possa influenciar comportamentos e práticas sociais, ela não modifica integralmente as realidades sociais locais. Em outras palavras, as características culturais e identitárias de determinadas localidades não são substituídas por uma cultura global totalizante.

Os conceitos de liberdade, pertencimento e representatividade são importantes para se refletir a articulação política desses sujeitos/corpos com o território e suas demandas. A liberdade é um conceito importante no texto de Giddens (2000), pois articula tanto as noções relacionadas aos direitos individuais dos sujeitos, quanto trata da liberdade como condição para o agrupamento de sujeitos.

Compreende-se que a visão de mundo dos dançantes do passinho se exprime nos gestos, na musicalidade e na reinterpretação de tendências das mídias digitais que os coloca em destaque tanto nas mídias locais, quanto globais. Dessa forma destaca-se o pensamento de Martins (2023) ao dizer que “todas as manifestações culturais e artísticas exprimem, de algum modo, a visão de mundo que matiza as sociedades, e nestas, os sujeitos que ali se constituem” (Martins, 2023, p. 21).

Cabe aqui citar por exemplo que: no âmbito da cultura digital e circulação midiática o passinho dos maloka se proliferou principalmente por meio de redes sociais como *Instagram* e *YouTube* e outras plataformas que desempenham um papel fundante na difusão global das danças urbanas, com seus conteúdos viralizantes.

Na era da globalização digital, os corpos dos dançantes também participam da economia da atenção. A dança do passinho gera capital simbólico e econômico ao atrair seguidores e engajamento nas redes sociais. Essa dinâmica transforma o corpo em um ativo comercial, onde a performance transcende o espaço físico e adentra o virtual.

Até aqui, é possível compreender as imagens sobre estes corpos como um empreendimento político, com efeitos próprios da complexidade dos processos de globalização (Giddens, 2000). Ao tempo em que os sujeitos do passinho produzem cultura e requerem os espaços públicos como palco para suas atuações performáticas, eles também requerem o direito à cidadania, ao lazer, e a manifestação cultural, por vezes, negadas às camadas populares.

É fundamental compreender o corpo como o “ponto zero do mundo”, conforme expressa Foucault (2013, p. 14), não como um espaço neutro, mas como o ponto de partida a partir do qual todas as experiências e significações se irradiam. O corpo é o lugar prático do controle social, sendo o ponto de aplicação das normas e o meio pelo qual se produzem e ampliam os sentidos. Ele constitui a referência central, a coisa primeira na experiência do sujeito, além de ser o espaço de compreensão das vivências individuais e coletivas. Nesse contexto, o corpo assume o papel

de “vetor semântico”, conforme Le Breton (2019), ao expressar, comunicar e simbolizar por meio de sua própria presença. O corpo é uma ferramenta de projeção de sentidos, significados e valores, sendo capaz de mostrar a verdadeira identidade do ser humano e de ir além das convenções impostas pela sociedade.

Assim, o corpo não é apenas um objeto passivo das normas sociais, mas um agente ativo na produção de significados e na construção da subjetividade. Ele é o ponto de partida para a compreensão das experiências humanas, sendo ao mesmo tempo o local de inscrição das normas e o meio pelo qual se expressam as resistências e as transformações sociais.

Na contemporaneidade, o corpo é visto como um espaço de construção identitária e de expressão individual e coletiva, refletindo as influências culturais e sociais que permeiam a sociedade global. O corpo se torna um agente de manifestação de identidades múltiplas, no qual as influências culturais se mesclam. A globalização permite que diferentes estilos, modos e práticas corporais sejam apropriados e reinterpretados por indivíduos de diversas origens.

Assim como Giddens (2000) fala sobre a transformação das relações sociais, o corpo também pode ser visto como uma mídia que comunica mensagens sobre status, pertença e resistência. Na era da globalização, o corpo também representa vulnerabilidades, seja em relação à exploração econômica ou às pressões sociais. Ao mesmo tempo, ele é uma agência territorial simbólica de resistência onde indivíduos reivindicam direitos e lutam contra opressões.

Esses conceitos ajudam a refletir sobre o corpo na contemporaneidade em um contexto globalizado, ressaltando sua

complexidade e seu papel nas dinâmicas sociais atuais. Os dançantes do passinho utilizam seus corpos para afirmar suas identidades em um contexto urbano marcado por desigualdades sociais. No tempo atual, o corpo se torna uma força de resistência e afirmação cultural, onde os dançarinos expressam suas vivências e experiências em meio a um cenário local que muitas vezes marginaliza as vozes das periferias.

A partir dessa análise, é possível compreender os corpos dos dançantes do passinho como agentes ativos na construção de identidades contemporâneas em um mundo globalizado. Eles não apenas refletem as complexidades sociais e culturais de suas comunidades, mas também interagem com um cenário global que tanto influencia suas expressões artísticas e formas de resistência, quanto propicia a difusão de suas performances, até então locais e periféricas, subsidiados pela circulação midiática das redes sociais e plataformas de vídeo por meio da cultura digital.

O Design para um mundo globalizado

Contextualizando a definição de design, podemos compreendê-lo como um processo de pensamento criativo de desenvolvimento para determinado propósito. No sentido de verbo podemos aprofundar seu conceito, segundo Miller (1998), como a síntese de três etapas: Pensamento Original (*insight*), onde é imaginada uma potencial conexão entre um problema e uma possibilidade de solução. Intuição, na forma de pensamentos subconscientes que levam a um sentido mais aprofundado de conhecimento, ainda carente de confirmação racional e Razão, abordagem consciente do problema que analisa as possibilidades lógicas e metodológicas para refinar as hipóteses, a fim de chegar à solução.

Como substantivo, o conceito de design envolve as características percebidas do resultado da criação final, tais como forma física, estética, traços temporais, conceituais e relacionais embarcados na obra. Expandindo a definição para a vertente social, o design pode ser aqui compreendido, pela perspectiva de Staudt (2012), que o define como uma ferramenta de comunicação e inovação capaz de transformar necessidades e desejos humanos em produtos e sistemas, de forma criativa e eficaz, adequados não somente ao ponto de vista econômico, mas também social, cultural e ecologicamente responsável.

Em nossa atual sociedade de consumo, a globalização impacta na economia, cultura e natureza local, pautando a forma de produção, comunicação e valorização dos bens criados para atender à demanda global. Neste cenário, era de se esperar, conforme previsões de Karl Marx (2011) e Émile Durkheim (1999), no desenvolvimento da ciência e tecnologia a fim de melhorar a qualidade e expectativa de vida da população, o avanço da solidariedade orgânica entre indivíduos, assim como a melhoria das condições de manejo do meio ambiente e relações dos meios de produção com a globalização.

A expectativa de Giddens (2000) porém é oposta, culpando-a pelo desencadeamento de conflitos locais por conta do aumento das desigualdades entre mercados vencedores e vencidos, transformações nas tradições culturais e familiares, além de desastres naturais cada vez mais intensos por conta da exploração dos biomas, única fonte de renda de países cujo destino, neste novo arranjo geopolítico, é o extrativismo natural.

O design permeia estas tensões, refletindo em si marcadores que permitem identificar sua adaptação à deslocação de

espaço e tempo vigente na modernidade. Na fase precedente, de consumo exacerbado, o risco deu lugar a nova lógica de inovação, a frágil durabilidade dos produtos era suplantada pela comunicação universal, consumista, que trazia em si artifícios para despertar o desejo de posse em diversos públicos e mercados ao redor do globo, aproveitando a oportunidade da ausência de barreiras espaciais.

Gradualmente, a dinamicidade das interações sociais e o encurtamento de distâncias ao longo do tempo despertaram a sensação de aceleração da vida cotidiana moderna, mudando assim a noção de tempo pela reflexibilidade, que segundo Giddens retroalimenta a realidade cultural e a vida social, voltando-se para o presente e o futuro. O design precisa então se adaptar a esta nova realidade temporal, transmitindo de forma rápida, fácil e objetiva sua função e propósito da peça. Isso tira dele uma camada de detalhes, ornamentação e consequentemente rastros culturais que até então carregava, partindo para formas cada vez mais minimalistas, cores e volumes mais racionais, de ampla aceitação dos mercados.

A vanguarda percebe a tendência da passagem do coletivo para o isolamento do indivíduo, o desencaixe social previsto por Giddens (1991). O design que até então atendia ao consumo de massas agora se vê em processo de vulgarização estética e revê sua trajetória mirando em uma identidade individualista, mais exclusiva, personalizada, onde consegue agregar mais valor a seus produtos, satisfazer necessidades específicas de seus usuários e levantar a bandeira do consumo consciente. Percebe-se então que o design é utilizado ao sabor do mercado para produção de sentido, que persegue as tendências de seus consumidores, que

por fim são guiados por seus próprios prazeres, busca de satisfações e necessidade de consumo.

O design é cíclico, e performa comunicação. Desta forma se quisermos ter um panorama da era em que vivemos basta analisar as mensagens nas marcações estéticas presentes nos objetos de consumo. Se formos mais além, em busca de qual posição estratificada estamos neste ecossistema globalizado, basta notarmos que tipos de produtos nos impactam ao longo do dia. Estamos cercados neste novo regime, previsto por Giddens (1991) de espaço tempo, cada qual rotulado com um alvo nas costas, carregando sua carga de responsabilidade participativa no sistema.

O Cinema sob a perspectiva globalizada de Giddens

Durante toda a História, as pessoas sempre gostaram de contar e ouvir narrativas dos mais variados tipos. Inclusive, Walter Benjamin (2025) defende que a tradição oral está morrendo devido o processo de industrialização da contação de histórias que o capitalismo introduziu, trocando-a pela difusão da informação, eliminando seu caráter particular (experiência/sabedoria) e, por fim, dando-lhe o aspecto de produto, quando afirma que “a arte de narrar está definhando porque a sabedoria–o lado épico da verdade–está em extinção. (...) Se a arte da narrativa é hoje rara, a difusão da informação é decisivamente responsável por esse declínio” (Benjamin, 2005, p. 200-201, 203).

E a necessidade de registrar tais histórias fez com que diversos suportes fossem criados. Entre eles, está o Cinema. “Desde o surgimento da captação de imagens, muitos estudiosos inventaram aparelhos para esses registros e criaram desde

pequenos fragmentos até o cinema como conhecemos atualmente” (AIC, 2024). Tal afirmação revela que o Cinema surgiu como uma maneira de registrar e reproduzir histórias que antes só podiam ser transmitidas de forma oral, escrita e fotográfica—como afirma Benjamin (2025) em sua obra “A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica”. Ou seja, o cinema permitiu que as *histórias ganhassem vida, movimento e formas*, de maneira inédita e única.

Além disso, a própria História da humanidade passou a ser registrada desde o surgimento dos primeiros experimentos com imagens em movimento feitas pelos irmãos Lumière, que realizavam registros da vida real. Com o desenvolvimento do Cinema enquanto linguagem surgem movimentos marcantes como o Neorrealismo Italiano (1943-52), cujo cineastas como Roberto Rossellini, Vittorio de Sica e Luchino Visconti—que depois da destruição seus estúdios com os bombardeios da II Guerra Mundial—passaram a utilizar em seus filmes cenários reais de suas cidades destruídas pela guerra. No decurso de sua história o cinema continua acompanhando diversos acontecimentos marcantes para a humanidade.

Na virada do século XXI, mais precisamente em 11 de setembro de 2001, um ataque terrorista amplamente difundido pela televisão, ao ser transmitido ao vivo, transformou-se em diversos filmes com perspectivas de narrativas híbridas que abordaram a tragédia além de outros produtos audiovisuais que, surgem, a exemplo da série *Ponto de Virada: 11/9* e *a Guerra ao Terror* (2021), da Netflix.

O Cinema se tornou, em pouco mais de cem anos de existência, uma gigante ferramenta de influência comportamental, alcançando gerações e provocando mudanças na sociedade. A

roupa, o penteado, as gírias, as ideias, e até perfumes e itens eletrodomésticos, viraram tendência e passaram a ser replicados ou consumidos pelas pessoas, inclusive, por aquelas que, sequer, assistiram aos filmes que originaram tal moda, isso se dava, sobretudo, pelas companhias publicitárias que utilizavam outras mídias, como revistas, jornais, rádio e a própria televisão. A respeito do processo de globalização influenciando a sociedade como um todo, Giddens (2006), afirma:

Muitas das coisas que consideramos tradicionais, alicerçadas na neblina dos tempos, não passa, na verdade, de produtos do último par de séculos [...] Em vez de serem de geração espontânea, obedecem a um plano: são usados como forças de poder; e não existem desde tempos imemoriais (Giddens, 2006, p. 45-46).

Percebemos, dessa maneira, que nossas tradições são criadas-e, recentes, diga-se de passagem -, e que não *surgem do nada*. Há interesses, que nem sempre são tão claros. E, entre eles, estão o lucro e o poder. Giddens (2006, p. 48) diz ainda que “[...] produto de elaboração consciente ou não, as tradições sempre incorporaram poder. Reis, imperadores, padres e outros, de há muito que inventam tradições para proveito próprio e como forma de legitimarem o respectivo poder”. Registramos aqui se não seria o cinema de blockbusters⁹ e hollywoodiano¹⁰ de forma específica-

9 Termo em inglês utilizado para designar filmes de grande orçamento, ampla divulgação e elevado potencial de bilheteria, geralmente produzidos pela indústria cinematográfica dos Estados Unidos.

10 Referente ao cinema produzido em Hollywood, centro da indústria cinematográfica norte-americana, caracterizado por padrões comerciais, narrativas clássicas e apelo internacional.

uma vez que atinge a maior parte da população -, uma maneira de criar tradições como ferramenta para controlar e manter o poder sobre a audiência? Acreditamos que sim, mas com várias ressalvas a esse pensamento, tendo em vista que o Cinema é uma maneira de manter tradições para que elas não se percam em meio a interesses nebulosos de um capitalismo exacerbado.

Entretanto verificamos também que os filmes são muitas vezes responsáveis por transgredir as regras vigentes. Quem não estava na época e não lembra das controvérsias que ocorreram na estreia mundial de *O Segredo de Brokeback Mountain*¹¹, em meados dos anos 2000? Pessoas saindo das sessões antes do final da exibição revoltadas, escandalizadas. Nos dias de hoje, em plenos anos 2020, filmes, séries, novelas etc. não param de colocar a temática LGBTQIAPN+ em seus contextos. Percebemos assim que o cinema tenta romper com tradições vigentes e hegemônicas. Muitas das vezes encontrando resistência de grupos dominantes por contrariar o que seria para eles valores inegociáveis. O cinema não tenta impor determinadas pautas sociais, de forma totalitária, mas sim dá voz à pluralidade das demandas de grupos minoritários, em termos de poder, contribuindo significativamente para suas visibilidades.

Giddens (2006, p. 57-58) aborda ainda em seu livro que o impacto da Globalização na sociedade tem causado transformações na estrutura familiar, igualdade de gênero, homossexualidade, divórcio, noções de democracia, infância, reconhecimento e aceitação. Por mais inesperado que isso pareça, todos esses

11 Filme norte-americano dirigido por Ang Lee, lançado em 2005, que aborda a relação afetiva e amorosa entre dois homens em meio a um contexto social conservador e rural nos Estados Unidos da década de 1960.

assuntos estão em voga em muitos dos filmes do final do Século XX e início do Século XXI. A mocinha não casa mais virgem, quer trabalhar, ter independência; a pessoa homossexual luta por direitos, igualdade e reconhecimento—e os alcança; a família não é a mesma, ela é pluriétnica e formada também por pessoas do mesmo sexo. São demandas antigas que ocasionaram transformações sociais recentes e que muitas vezes foram inseridas em filmes, primeiramente.

Como exemplo de algo intencional que está moldando o comportamento das pessoas pelo mundo, no presente, e suas respectivas tradições, temos os doramas. Segundo Silveira (2024), doramas são dramas asiáticos com elementos do enredo das telenovelas latinas, e características de núcleo de personagens das séries americanas, só que com final fechado, ou seja, não há continuções—apesar de o sucesso arrebatador de algumas produções estar provocando uma mudança com relação a isso.

Eles têm se popularizado e afetado, em grande parte, as mulheres, cujo conceito de amor tem se modificado, provocando o aumento das expectativas com relação ao gênero masculino. Entretanto, há quem defenda que tais produções são criadas para, ao contrário do que pensa o primeiro grupo, mudar o comportamento dos homens em relação às mulheres. Independente disso, o conteúdo asiático tem se tornado predominante nas plataformas de *streaming*, como a Netflix, por exemplo.

Tais padrões de comportamento têm se espalhado pelo planeta, gerando uma demanda cada vez maior por doramas. Isso revela, primeiro: o aumento da influência asiática no mundo, especialmente, no ocidente. E, segundo: a preexistência de um mercado sedento por tais conteúdo. A competição entre Ásia e

Estados Unidos vem se tornando cada vez maior no cenário econômico. Embora, em um primeiro momento, para um leigo, pareça irrelevante tal informação, é de se notar que a relação dorama x economia x influência mundial que estão entrelaçadas.

Considerações finais

Na obra “O mundo na era da globalização”, Giddens (2000) discute como as tradições, na modernidade tardia, passam por um processo de reavaliação reflexiva. Ele aponta que, embora algumas tradições possam ser instrumentalizadas para exercer poder e controle social, elas não são necessariamente criadas intencionalmente para esse fim, mas também para desempenharem um papel na construção da identidade e na continuidade cultural.

Mas a globalização não nos trouxe apenas coisas negativas, como a disseminação de ideias inapropriadas que comprometam o bem-estar social. Temos um sistema de comunicação dinâmico que nos permite ter informações instantâneas de todo o planeta. E é claro que esse sistema pode ser usado para controlar as massas. Mas é verdade que pode, também, ser instrumento para proporcionar educação, saúde, cultura, lazer e entretenimento.

A fim de exemplificar o caráter multidisciplinar do pensamento de Giddens (2000), neste trabalho, foram apresentadas três perspectivas bastante distintas de aplicabilidade e de reflexão a partir da ideia de globalização proposta pelo autor.

Nesse sentido, na primeira seção, dedicada às “imagens sobre o corpo na cultura contemporânea” sob a lente da globalização, discutimos como a globalização, especialmente através da tecnologia e da mídia, afeta a projeção de diferentes corporeidades. Para tanto, partimos do conceito de “glocalização”, de Robertson

(1995), para explicar como elementos culturais locais podem se adaptar e se projetar em contextos globais sem perder sua originalidade. O exemplo de O passinho dos maloka, originário do Recife-PE, foi utilizado para ilustrar como corpos marginalizados podem ganhar visibilidade global através das redes sociais, tensionando as noções de centro e de periferia.

Na segunda seção, dedicada ao “design para um mundo globalizado”, mostramos como a globalização pode impactar a produção, a comunicação e a valorização dos bens criados para atender uma demanda cada vez mais global. O nosso principal argumento é o de que o design se adapta a essa nova realidade, transmitindo sua função de forma rápida e objetiva, o que pode ser exemplificado a partir da exploração de formas cada vez mais minimalistas e de cores ditas racionais.

Por fim, na terceira e última seção, discutimos “o cinema sob a perspectiva globalizada de Giddens” (2000), mostrando como o cinema, desde o seu surgimento, tem sido uma ferramenta de influência comportamental e de registro da história. Nesse ponto do texto, exploramos também as formas como o cinema pode tanto reforçar quanto transgredir tradições, e como as mudanças sociais recentes, como a promoção da igualdade de gênero e algumas conquistas de direitos pelos grupos LGBTQIAPN+, são refletidas nos filmes.

A articulação destas múltiplas perspectivas ao trabalho Giddens (2000) permitem a constatação do seu aspecto multidisciplinar. Além disso, revela que as discussões acerca dos impactos da globalização não se limitam apenas aos campos geopolíticos e socioeconômicos. Percebemos que este fenômeno, na verdade, atravessa tudo que está ao nosso redor.

A despeito das eventuais críticas ao seu pensamento, o britânico Anthony Giddens tem se mostrado, a partir de sua obra de modo geral, como um brilhante sociólogo e suas ideias, muito provavelmente, serão contemporâneas por muito tempo. Notadamente acerca de sua abordagem na obra aqui analisada, *O mundo na era da globalização*, o importante é sabermos utilizar as ferramentas inerentes a este contexto com responsabilidade e, principalmente, humanidade, uma vez que a globalização vem se consolidando ao longo das últimas décadas como uma realidade cada dia mais pulsante. Diante do exposto, cabe a nós, como coletividade, compreendermos esse fenômeno por meio das diversas perspectivas existentes, algumas das quais foram abordadas neste estudo.

Referências bibliográficas

ACADEMIA INTERNACIONAL DE CINEMA (AIC). **História do cinema: confira este guia e se destaque!** Disponível em: <https://www.aicinema.com.br/historia-do-cinema-confira-este-guia-e-se-destaque/>. Acesso em: 27 de agosto de 2024.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** Tradução de Vinícius Nicastro Honesko. Disponível em: <https://biosphera21.net.br/APOIO/CULTURA-CONTEMPORANEA/2006-Giorgio%20Agamben-Oqueeocontemporaneo.pdf>. Acesso em: 7 abr. 2025.

BARTHES, Roland. **Aula**. 13 ed. São Paulo: Cultrix, 2017.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Tradução de Francisco de Ambrosio. Disponível em: <https://doceru.com/doc/n1ev51vc>. Acesso em: 8 abr. 2025.

_____. **O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov.** Tradução de Jorge de Almeida. Disponível em: <https://cadernodematerias.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/03/o-narrador-walter-benjamin.pdf>. Acesso em: 7 abr. 2025.

DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso:** aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 24 ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

_____. **O corpo utópico, as heterotopias.** Tradução: Salma Tannus Muchail. São Paulo: n-1 edições, 2013.

G1. **Simpósio de passinho de brega funk acontece na UFPB em João Pessoa nesta quinta-feira (5).** 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2019/09/05/simposio-de-passinho-de-brega-funk-acontece-na-ufpb-em-joao-pessoa-nesta-quinta-feira-5.ghtml>>. Acesso em: 25 de agosto de 2024.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade.** São Paulo: UNESP, 1991.

_____. **O mundo na era da globalização.** 1ª edição. Lisboa: Editorial Presença, 2000.

_____. **Mundo em descontrole:** o que a globalização está fazendo de nós. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Record, 2006.

LEIAJA. **Por dentro do passinho, nova febre das favelas do Recife–Youtube.** 2019. Disponível em: <https://youtu.be/SJu-1uSIupE?si=Jhj06918x6cSyXm>. Acesso em: 25 de agosto de 2024.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo.** Tradução de Sonia Fuhrmann. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 2019.

LOURENÇO, Nelson. Globalização e glocalização. O difícil diálogo entre o global e o local, **Mulemba** [Online], 4 (8), 2014. Disponível em: <http://journals.openedition.org/mulemba/203> Acesso em: 30 jan. 2025.

MARTÍNS, Leda Maria. **Performances do tempo espiralar: poéticas do corpo-tela**. 1ª edição, Rio de Janeiro: Cobogó, 2021.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política**. Livro I. São Paulo: Boitempo, 2011.

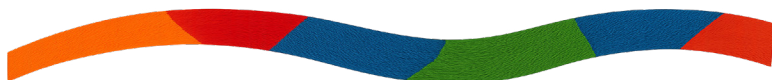
MILLER, William R. **A definição de design**. Tradução de João de Souza Leite. Recuperado de <http://feiramoderna.net/ufes/projeto1/MILLER-A-definicao-de-Design.pdf>, 1988.

SILVA, Alexandre F. BARROS, Simone. **Corpos em espaços de resistência: o fenômeno do passinho dos maloka no Recife**. In: 15º Colóquio de Moda, Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/335972482_CORPOS_EM_ESPACOS_DE_RESISTENCIA_O_FENOMENO_DO_PASSINHO_DOS_MALOKA_NO_RECIFE_Bodies_in_Resistance_Spaces_the_Passinho_dos_Maloka_Phenomenon_in_Recife. Acesso em: 27 de agosto de 2024.

SILVEIRA, Luísa. **O que é dorama? Veja o que significa e principais produções do gênero**. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2023/04/o-que-e-dorama-veja-o-que-significa-e-principais-producoes-do-genero-streaming.ghhtml>>. Acesso em: 27 de agosto de 2024.

STAUDT, Daiana. **Projeto Design Social: valorização de produtos artesanais com enfoque no turismo local**. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 10., São Luís, 2012.





Erving Goffman

Marcelo Bolshaw

Erving Goffman é um analista das interações, do que acontece quando duas ou mais pessoas se encontram face a face. “Inter-ação” é uma relação mútua e recíproca entre o Eu e o Outro (dentro de mim). Respeitar o outro assim como a si mesmo, implica em amor próprio e consideração, em porte e deferência. Há também uma audiência, um público, os olhares que apenas observam a ação dentro do jogo das interações. E, havendo público, há também o palco e os bastidores; o espaço de exposição e os locais de recolhimento.

O palco é composto por quatro elementos: a) expressões explícitas (comunicação verbal); b) expressões indiretas (gestos, faces, posturas corporais); c) objetos (figurino, acessórios); e d) cenário (representando os contextos). Há dois níveis de representação da interação. O primeiro é o imediato: um professor e seus alunos – por exemplo. No segundo nível, representa-se o conjunto dos professores diante da juventude.

Mais precisamente, o segundo nível de representação é a própria realidade social que simbolizada no interior da interação. Outra distinção chave é entre o palco (a visibilidade pública) e os bastidores (muitas vezes comparado ao inconsciente). A dicotomia é vista de forma semelhante ao par figura/fundo da teoria da imagem da *Gestalt*. O fundo é tudo o que está fora de foco. A figura é o foco da percepção.

A análise de Goffman contempla várias nuances: o controle das impressões (do público pelos atores) substituindo a realidade; a nota falsa (quando há uma ruptura na representação entre os atores e/ou o público ou na representação entre o que a figura diz e o que fundo mostra); e as trocas reparadoras, necessárias para corrigir as rupturas representacionais.

Além das noções de ator, cenário, papeis; Goffman (1985), analisa as interações através de noções e conceitos singulares. Por exemplo, a noção de equipe (ator coletivo que conduz uma representação) é quando um conjunto de pessoas estabelecem uma cumplicidade, escondendo elementos negativos ou desnecessários do público.

Toda equipe é uma “sociedade secreta”, em que a imagem de unidade esconde divergências e atritos. Ou ainda, a noção de envolvimento, a atenção afetiva em relação à interação e aos seus elementos (a conversão, os eventos sociais, ambientes sem foco específico).

O Estigma é um conceito diferencial nas interações sociais, uma marca simbólica que desqualifica a identidade de seu portador nas relações imediatas. Ser negro ou mestiço, deficiente físico ou mental, mulher, homossexual, estrangeiro, obeso, doente e divorciado são os estigmas mais recorrentes.

Os estigmas afetam principalmente a área chamada de “fachada pessoal do indivíduo” e tem como efeito principal “desacreditar” seus portadores. Goffman (1985), estuda as estratégias dos estigmatizados, seja se adaptando individualmente, seja formando comunidades, com outros que partilham do mesmo estigma, buscando a aceitação social do seu grupo, mas, na verdade, reafirmando a diferença que tentam reduzir.

Ao longo do seu percurso intelectual, Goffman utilizou os termos “fachada”, “face” e “imagem” para caracterizar a experiência de palco. O “*face work*” ou a “figuração” significa perseverar a própria face e face do outro, a dupla representação da interação é chamada tanto pelo par “amor próprio/consideração”, como também pela oposição entre “porte” e “deferência”, nas obras mais recentes.

Goffman (1985) sempre descreve as interações a partir da própria experiência e não através de um observador externo como faz a sociologia objetivista, associando as interações às regras estruturais. Porém, as interações são abordadas de diferentes pontos de vistas, através de diferentes categorias descritivas: a interação teatral, a interação ritual, interação audiovisual e a interação lúdica.

Tabela da produção de Erving Goffman

	LIVROS/ANO
TEATRAL	<ul style="list-style-type: none"> • A representação do Eu na vida cotidiana (1956) • Manicômios, prisões e conventos (1961) • Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada (1963)
RITUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Ritual de interação, Ensaios sobre o comportamento face a face (1967) • Relações em público: micro estudos sobre a ordem pública (1971)
AUDIOVISUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Os quadros da experiência (1974) • <i>Forms of talk</i> (1981)
LÚDICA	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Encounters</i> (1961) • <i>Strategic interations</i> (1969)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Nizet (2016).

O livro *Os quadros da experiência social* (1974), o último de Goffman, tem características bem peculiares em relação aos seus trabalhos anteriores. Não é uma coletânea de artigos e sim um livro contínuo e extenso, em que o autor assimila os elementos dos trabalhos anteriores, de modo diferente. Ao invés de analisar situações reais e fictícias, Goffman utiliza-se recortes de jornais, peça de publicidade e de outros fragmentos da mídia para fazer suas análises.

O próprio conceito de “enquadramento” (*framing* temporal, no gerúndio; e não de um “quadro” instantâneo e estático) é tomado de um teórico da comunicação, Gregory Bateson, que o utiliza no contexto específico de análise de como a mídia constrói a realidade social. Ele nos remete a um recorte temporal, em que uma forma de interpretar os acontecimentos é sempre repetida. Nesse sentido, Goffman define enquadramentos como os princípios de organização que orientam os eventos sociais, a construção de como as pessoas organizam a experiência. São marcos interpretativos mais gerais, construídos socialmente, que permitem às pessoas darem sentido aos eventos e às situações.

O Enquadramento de Goffman não substitui um acontecimento objetivo, mas se tornou uma ferramenta crítica para desmascarar o papel político da mídia pela falta de objetividade ou imparcialidade das mensagens. Desmitificado o mito da objetividade, o conceito de enquadramento é hoje instrumento para examinar empiricamente o papel da mídia na construção da hegemonia. Tornou-se uma ferramenta de análise empírica dos Estudos da Mídia, ao lado das metodologias da *Agenda-Setting*, do *Gatekeeper* e do *Newsmaking*. Ou seja, o enquadramento tornou-se instrumento de investigação empírica da realidade social. Desse

modo, o conceito de enquadramento passou a ser utilizado por vários autores de comunicação para entender como a mídia constrói culturalmente uma imagem da sociedade, destacando alguns elementos da realidade em detrimento de outros. Quais são os critérios de seleção, ênfase e exclusão; não apenas de notícias, mas também do entretenimento?

Referências bibliográficas

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

NIZET, Jean. **A sociologia de Anthony Giddens**. Petrópolis, Vozes, 2016.

*Imagem de Erving Goffman gerada por IA a partir de prompts elaborados por Hélder Nóbrega.



A intimidade como espetáculo: uma adaptação das teorias de Erving Goffman para a vida encenada nas redes sociais

Maria Larissa Dennyfher de Moura Cabral¹

Estudar sobre as nossas relações sociais hoje passa, obrigatoriamente, pela influência do mundo digital, que tem moldado a vida cotidiana. Trabalho híbrido, consultas remotas, compras pela internet e interações via aplicativos são apenas alguns dos exemplos da rotina de grande parte da população. As contribuições do sociólogo canadense Erving Goffman (1985) podem nos ajudar a analisar as mudanças do cenário atual, ampliando e atualizando um dos estudos mais relevantes das interações sociais.

Na obra *A representação do eu na vida cotidiana*, Goffman (1985) se utiliza de princípios dramaturgicos, com conceitos da teoria do teatro, para examinar como um determinado indivíduo representa seu papel, de modo a influenciar as impressões que os outros têm dele. Para o autor, a vida social é constituída de atores-espectadores, sendo uma fusão de plateia e palco que pode

¹ Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).

ser aplicada a qualquer estabelecimento social concreto, seja ele doméstico, industrial ou comercial (Goffman, 1985, p. 9).

Originalmente publicado em 1959 com o título em inglês *The presentation of self in everyday life*, a análise dramatúrgica faz parte do estudo sobre interação simbólica desenvolvido pelo autor, sua maior contribuição para a teoria social. Mais do que enumerar os aspectos teatrais da vida cotidiana, o sociólogo se propõe a analisar a própria vida cotidiana e a estrutura dos encontros sociais, a estrutura daquelas entidades da vida social que surgem sempre que as pessoas entram na presença física umas das outras (Goffman, 1985, p. 233).

Importante considerar o contexto em que a obra foi escrita: os anos 50, período marcado por grandes avanços na ciência, como a corrida espacial, que mais tarde culminaria com a chegada do homem à lua (1969), e também midiáticos, com a “idade de ouro” do cinema e da televisão no mundo. Também foi uma década de grandes conflitos políticos, como a Guerra Fria (1947-1991) que logo mais (na década de 60) seria responsável pelo início da internet para o envio de informações confidenciais e pesquisas militares.

Tendo em vista esse cenário, vários dos conceitos apresentados pelo autor, tais como comportamento regional, regras de decoro, marcadores de moralidade e bastidores não servem apenas para analisar a sociedade anglo-americana de sua época, pois falam sobre o mesmo fenômeno social que ainda pode ser observado hoje: o eu como efeito dramático. E podem ter o seu conceito aplicado na contemporaneidade, por exemplo, pelo aumento do tempo de encenação através dos encontros virtuais, quebra de bastidores e criação de novos personagens que as redes sociais digitais possibilitam.

O eu como efeito dramático

Diferente de outras ciências humanas, como a filosofia e a psicologia, onde algumas correntes creem em um eu essencial, o “eu” para o autor, antropólogo e sociólogo, é um personagem representado, um efeito dramático, que surge de uma cena apresentada (Goffman, 1985, p. 231). E a questão característica, o interesse primordial do homem, estaria em saber se será acreditado ou desacreditado pela plateia no papel que escolheu desempenhar.

Ao analisar o eu, somos arrastados para longe de seu possuidor, da pessoa que lucrará ou perderá mais em tê-lo, pois ele e seu corpo simplesmente fornecem o cabide no qual algo de uma construção colaborativa será pendurado por algum tempo [...] O “eu” é um produto de todos esses arranjos e em todas as suas partes traz marcas dessa gênese. (Goffman, 1985, pp. 231-232).

Uma das conclusões à qual o autor chega no livro é a de que a sociedade em discussão, anglo-americana, se caracteriza por indivíduos que, vivendo num mundo moral, não se interessam realmente pela moral, mas pela produção de uma impressão convincente de que realizam os padrões morais: seriam, portanto, o que ele chama de “Mercadores de moralidade”.

Enquanto atores, os indivíduos interessam-se não pela questão moral de realizar esses padrões, mas pela questão amor al de maquinar uma impressão convincente de que esses padrões estão sendo realizados. Nossa atividade, portanto, está amplamente ligada a assuntos morais, mas, como atores, não temos interesse moral neles. Como atores, somos mercadores de moralidade. (Goffman, 1985, p. 230).

Ao conhecermos os marcadores de moralidade descritos pelo autor que, como ele mesmo pontua, diferem em cada sociedade e contexto social, chegamos à busca constante do ser humano pela legitimação social, entendida como um comportamento aceitável para pessoas ou empresas que se encaixam nas normas e valores esperados pelo sistema em que estão inseridos. Apesar dessas normas serem consideradas efêmeras, a necessidade de legitimação parece ser um conceito atemporal, como discutiremos a seguir.

Disciplina dramatúrgica

Assim como as regiões *offline* apontadas por Goffman (1985), as redes sociais representam mais um local de socialização, interação e trabalho. Seu crescimento popularizou termos como *branding*, o que, nos estudos de comunicação, Sibília (2016) chama de gestão de si como marca, e que se configura, pela perspectiva teórica de Goffman (1985), como uma estratégia para que o público/seguidor creia na atuação que está sendo desempenhada, a partir de técnicas que dirigem as impressões do espectador, tais como: lealdade, disciplina e circunspeção.

Semelhante à noção de regiões de fachada do autor, onde os indivíduos desempenham permanentemente uma identidade em seu corpo, como uma máscara (Goffman, 1985), a encenação nas redes sociais não se dá somente pela mensagem transmitida, mas também pela emitida através da entonação e de expressões. Porém, o digital possibilita ainda outras leituras que podem colaborar ou não com o sucesso da representação, como a estética utilizada, com suas cores, fontes e elementos de cada publicação.

Desse modo, nas ambiências digitais, a performance identitária ganha contornos complexos. Assim, a manipulação da

estética e das emoções se torna parte estratégica da manutenção do “eu” encenado, evidenciando que, no palco virtual, a autenticidade também pode ser uma construção cuidadosamente roteirizada. Acerca disso, alerta Sibilia (2016):

Aproveitando vantagens como os diversos graus de anonimato e a facilidade de recursos que oferecem as mídias interativas, por exemplo, os habitantes desses espaços montariam espetáculos de si mesmos para exibir uma intimidade inventada. [...] Ou seja, enganosas autoficções, meras mentiras que se fazem passar por pretensas realidades, ou então relatos não-fictícios que preferem explorar as ambiguidades entre um e outro campo. (Sibilia, 2016, pp. 55 – 56).

Conforme esse cenário, o sujeito conectado transita entre a exposição e a encenação, revelando que, na era do espetáculo digital, a verdade sobre si mesmo é, muitas vezes, menos uma essência e mais uma narrativa cuidadosamente editada para o consumo. Seguindo esse raciocínio, Goffman (1985) também aponta alguns elementos dramaturgicos da situação humana que podem atrapalhar o sucesso da atuação: problemas na encenação em comum; preocupação pela maneira como as coisas são vistas; sentimentos de vergonha justificados e injustificados; e ambivalência com relação a si mesmo e ao seu público (Goffman, 1985, p. 217).

Complementando esse panorama, Debord (2012) nos adverte que, na sociedade do espetáculo, a imagem não apenas representa a realidade, ela substitui a experiência direta por uma representação mediada, moldada por interesses de consumo e controle. Nesse contexto, o sujeito deixa de viver plenamente e passa a contemplar versões editadas da vida, inclusive de si mesmo, em

um ciclo contínuo de produção e consumo de aparências. Assim, a exposição de si nas redes torna-se, além de uma escolha pessoal, uma exigência estrutural do espetáculo, que transforma a visibilidade em mercadoria e a identidade em performance permanente.

Nesse sentido, a visibilidade passa a ser o principal valor, e o indivíduo, ao se colocar em cena nas redes digitais, internaliza as regras do espetáculo, muitas vezes confundindo e vindo a confundir a construção da imagem com uma experiência autêntica de si. Utilizando as palavras de Debord (2012): “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (Debord, 2012, p. 14).

Em nosso contexto atual, essa ampliação da encenação desencadeia diversos outros fenômenos sociais, próprios da velocidade do consumo de informações e da necessidade de manter-se constantemente conectado às redes sociais. Um deles é a FOMO–sigla para o termo em inglês *Fear of missing out* que podemos traduzir para “medo de perder algo”–síndrome que pode ser definida como o temor de não conseguir acompanhar as atualizações e eventos, e/ou de que os outros estão tendo experiências mais gratificantes.

No campo da comunicação no Brasil, Karhawi e Prazeres (2022) chegaram ao conceito de “exaustão algorítmica” para denominar a sensação relatada por influenciadores digitais relacionada a sentimentos permanentes de insatisfação, desânimo e esgotamento vivenciados por eles, todos gerados pelo ritmo de trabalho que vem sendo ditado pelo que reconhecem como “o algoritmo”, cujo funcionamento e penalidades ainda não são claramente expostas pelas plataformas.

Há ainda a pressão social por se enquadrar nas normas exigidas, que ganha uma dimensão maior no mundo midiaticizado.

Neste cenário, os erros podem ultrapassar os limites da sua região, ganhando novos palcos. Além disso, é onde algumas das maiores formas de punição e silenciamento da atualidade costuma ocorrer, a saber: o cancelamento público na internet ou a penalização dos algoritmos que regem as plataformas.

No senso comum, prevalece a falácia do algoritmo como um agente intermediário, que age apenas de forma reativa, unitária e linear, como se apenas transmitisse aos criadores as escolhas de seus públicos, inviabilizando assim a racionalização sobre o funcionamento do sistema (Araujo, 2021).

Porém, essa visão simplificada apaga as camadas de decisão técnica e política envolvidas na programação algorítmica. Diversos autores como Gillespie (2010), Bucher (2012), Grohmann (2021), Duffy e Meisner (2023) discutem que as plataformas, assim como quaisquer tecnologias, apresentam valores e normas inscritos em seus desenhos, algoritmos e interfaces, podendo apresentar mecanismos discriminatórios, o que desfavorece, por exemplo, criadores marginalizados e expressões culturais consideradas não normativas.

A intimidade como espetáculo

Goffman (1985) utiliza os termos “palco” e “bastidores” para identificar as estruturas em que os indivíduos adaptam o seu comportamento, buscando projetar uma autoimagem que seja compatível com suas performances sociais do cotidiano. Essa metáfora teatral evidencia como a vida social envolve encenações estratégicas, nas quais cada indivíduo administra o que mostra e o que oculta, de acordo com o contexto, a audiência e o engajamento desejado.

Conforme o autor, quando uma pessoa surge diante de outras, suas ações definirão como irá se apresentar. Ou seja, às vezes, agirá de maneira completamente calculada, expressando-se de determinada forma, somente para dar aos outros o tipo de impressão que irá provavelmente levá-los a uma resposta específica que lhe interessa obter (Goffman, 1985, p. 15).

Com relação aos *backstages*, Thompson (2018) vai nos dizer que as ações e os aspectos do eu que são considerados inadequados ou que podem desacreditar a imagem que o indivíduo busca projetar ou até que a contradizem são suprimidos ou colocados nos “bastidores” (Thompson, 2018, p. 26). Isso revela o quanto a gestão da imagem pública é relacional e seletiva, implicando escolhas constantes sobre o que deve ou não ser exposto nas interações sociais.

Goffman (1985) detalha que a própria arquitetura instituída como padrão pela sociedade foi projetada com base nesse princípio, buscando esconder as regiões de bastidores e evidenciar as regiões de fachada. Os bastidores das residências, por exemplo, se referem ao lugar para as necessidades biológicas, para dormir, etc. e por isso representam locais de diminuição ou ausência de representação.

Com a interação mediada *on-line*, conforme Thompson (2018), a comunicação passa a ser orientada para uma multiplicidade de outros destinatários, passando a ser de muitos para muitos, e não de um para um. Cria-se, assim, uma rede em constante expansão de relacionamentos sociais, caracterizada por graus variados de familiaridade, fragilidade e pela troca de conteúdo simbólico em múltiplos formatos e modalidades, que são disponibilizados para outras pessoas com diversos graus de abertura e limite (Thompson, 2018, p. 21).

Apesar de ainda serem socialmente aceitos como marcadores de intimidade, esses espaços, caracterizados por Goffman (1985) como bastidores, têm ganhado outros sentidos nas redes sociais, onde vem sendo comum e até esperado assistir, por exemplo, pessoas de pijama fazendo sua higiene pessoal enquanto falam para um grande número de seguidores. E estas são as ações que (defendem a maioria dos *experts* das redes sociais) geram conexão e proximidade com o público.

A organização social da interação mediada parece bastante diferente [...] a estrutura interacional é dividida em duas ou mais regiões frontais que estão separadas no espaço e talvez também no tempo. Cada palco tem seus próprios bastidores e na interação mediada cada participante tem que gerenciar a fronteira entre o palco no qual ele ou ela se situa e os bastidores relevantes. (Thompson, 2018, p. 26).

As plataformas digitais oferecem um ambiente propício para esse processo, no qual a visibilidade se torna um valor central e a construção de si passa a depender do enxergar do outro. Sibilia (2016, p.105) reflete sobre a exposição da intimidade nas redes sociais, como uma busca de satisfação dos “eus”, local onde as telas interconectadas parecem cenários muito adequados para que cada um realize a performance de si mesmo.

Tanto as paredes como os pudores que costumavam proteger a intimidade em boa parte desses espaços – outrora considerados pessoais – sofreram a infiltração das ubíquas redes, que logo permitiriam a circulação de um fluxo crescente de presenças virtuais e olhares reais. (Sibilia, 2016, p. 21-23).

Nas redes sociais, a apresentação de si mesmo por meio de *vlogs* (a abreviação de “video blog”, ou seja, um blog em formato de vídeo) tornou-se um método popular de autoapresentação e narrativa. Conforme Choe (2024), os *vloggers* (usuários produtores de *vlogs*) selecionam o que Goffman (1985) chama de comportamento de “bastidores” (privado), por meio de filmagem e edição, e o apresentam ao “palco principal” (público) em um formato documental. Desse modo, são comumente compartilhados em *vlogs*, fatos comuns, como alimentação, estudos e lazer, e microdetalhes da intimidade na vida cotidiana a partir do olhar do autor. Esse formato cultiva uma cultura *on-line* de *lifestreaming* (Marwick, 2013) que permite que as pessoas criem seu simulacro estratégico editado, especificamente configurado para ser visualizado por uma audiência (Marwick, 2013, p. 211).

Ao assistirem a transmissões de vida de outras pessoas ou revelar suas vidas cotidianas, as pessoas são socializadas em relação ao que é ou não aceito e esperado delas. Este é um raciocínio semelhante às regras de decoro apresentadas por Goffman (1985), um conjunto de normas que regulam a maneira como os indivíduos se comportam e se apresentam em diferentes contextos para agradar as suas audiências, e que diferem de acordo com os papéis sociais que cada um desempenha.

Inicialmente, o formato de *vlog* ganhou popularidade no *Youtube*, mas se disseminou em outras redes sociais com a criação do *Snapchat*, em 2011, e do *Instagram Stories*, em 2016, alterando o comportamento dos usuários nas redes sociais e incentivando o compartilhamento da vida em tempo real. Especialmente se falamos na criação de conteúdo para redes sociais como uma

atividade profissional, como é o caso dos influenciadores digitais, a intimidade passou a ganhar um protagonismo cada vez mais explorado e monetizado.

Conforme Abidin (2018), a indústria de Influenciadores representa o epítome da celebridade da internet, exibindo as habilidades econômicas, técnicas, culturais e sociais necessárias para manter a visibilidade *on-line* e criar um negócio sustentável e viável (Abidin, 2018, p.97). Por outro lado, isso suscita diversos questionamentos a respeito dos *creators*, tais como autenticidade, transparência e sinceridade na internet.

A capacidade da mídia de alterar as atitudes pessoais

Outro conceito que pode nos ajudar a ampliar e atualizar a obra de Goffman (1985) para a nossa interação mediada *on-line* é a noção de *socialidade programada*, da pesquisadora Taina Bucher (2018), de acordo com a qual “programada” significa montar e organizar, e “socialidade” refere-se às formas pelas quais diferentes atores se relacionam e interagem entre si (Bucher, 2018, p. 15).

Essa abordagem propõe um olhar para além da performance individual, considerando os elementos técnicos e estruturais que moldam as interações sociais no ambiente digital. O termo se refere à noção de que as formações e conexões sociais são condicionadas e governadas por algoritmos, ou seja, pelas configurações sociotécnicas e político-econômicas de plataformas de mídia específicas. Nesse sentido, a tecnologia deixa de ser um pano de fundo neutro e passa a atuar como mediadora ativa das relações interpessoais no universo *on-line*.

[...] A forma como nos relacionamos uns com os outros como “amigos” é altamente mediada e condicionada por sistemas algorítmicos. Pessoas em quem não necessariamente pensamos, pessoas de quem talvez não nos lembramos ou pessoas que nem consideramos amigos continuam a aparecer em nossas notícias personalizadas feeds, como sugestões de amigos+, em lembretes de aniversário e assim por diante. (Bucker, 2018, pp.19-18).

A autora ressalta que a forma como nos relacionamos uns com os outros como “amigos” é altamente mediada e condicionada por sistemas algorítmicos. Tais sistemas operam silenciosamente, sugerindo conexões, resgatando memórias e reordenando vínculos afetivos, muitas vezes sem que tenhamos consciência desse processo. Analisando a rede social *Facebook*, Bucker (2018) explica que o *feed* de notícias exibe uma visão editada do que os amigos estão fazendo, em uma ordem de importância calculada, a começar pelas atualizações que julga mais importantes. Em contraponto, as amizades que os usuários consideram mais importantes são “postas à prova”, porque são ocultadas pelo algoritmo, e deixam de ser nutridas dentro e fora do mundo virtual.

A estudiosa defende que embora os algoritmos sejam orientados para os usuários, os usuários também estão cada vez mais orientados para o algoritmo. Eles não estão apenas deixando sua marca na cultura e na sociedade; não são simplesmente meios de interpretar a cultura, são também produtores de cultura, entendida em termos das práticas que engendram.

Essa lógica expande a noção goffmaniana de performance, pois o “palco” não é mais apenas preparado pelo indivíduo, mas por sistemas invisíveis que roteirizam, sugerem e influenciam os

próprios termos das interações sociais. No ambiente digital, essa atuação é constantemente moldada e monitorada não apenas por espectadores humanos, mas por sistemas algorítmicos que regulam o que pode ou não ser visto com base nas ideologias próprias das *big techs*.

Considerações finais

Goffman (1985), com muita originalidade, desmascara padrões sociais de sua época, onde os atores manipulam as suas conexões conforme o interesse dos marcadores sociais em que estavam inseridos. Suas teorias, que se consolidaram como clássicas nas ciências humanas, continuam a oferecer contribuições relevantes para a compreensão da sociedade contemporânea, em que os marcadores sociais são construídos menos a partir de valores morais e mais sob a lógica do capital e do consumo.

No contexto das redes sociais digitais, observa-se que, por meio de uma curadoria de imagens, textos e interações, os usuários constroem novos palcos para apresentar versões idealizadas de si mesmos, em busca de validação social e pertencimento. Esses elementos, centrais na teoria goffmaniana, possibilitam refletir sobre como a multiplicidade de papéis sociais pode gerar conflitos quanto à autenticidade das interações, nas quais a vida não é mais apenas infundida com mídia, mas ocorre cada vez mais dentro e através de um cenário de mídia algorítmica (Bucker, 2018).

A visibilidade das conexões de “muitos para muitos” e a conexão contínua, que ultrapassa os limites tradicionais dos bastidores sociais, configuram dois vetores centrais para o estudo e a compreensão dos modos de ser e existir na atualidade. Esses processos, mais alinhados aos ritmos, prazeres e exigências da

atualidade, influenciam profundamente as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo (Sibilia, 2016, pp. 21–23). Nesse contexto, torna-se imprescindível refletir, investigar e expandir as teorias existentes a fim de compreender como os sistemas algorítmicos moldam os encontros e as relações sociais no mundo contemporâneo.

Referências bibliográficas

ABIDIN, Crystal. **Internet Celebrity, understanding Fame Online**. Emerald Publishing Limited, 2018.

ARAÚJO, Willian Fernandes. Norma algorítmica como técnica de governo em Plataformas Digitais: um estudo da Escola de Criadores de Conteúdo do Youtube. **Revista Fronteiras**—estudos midiáticos. Unisinos, janeiro/abril 2021.

ARAÚJO, Willian Fernandes. A construção da norma algorítmica: análise dos textos sobre o Feed de Notícias do Facebook. **E-Compós**, v. 21, n. 1, p. 1-22, 2018.

BUCHER, Taina. **Want to be on the top?** Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New media & society*, v. 14, n. 7, p. 1164-1180, 2012

BUCHER, Taina. **If...then:** Algorithmic power and politics. USA, Oxford University Press, 2018.

CHOE, Hanwool. The presentation of self via everyday vlogging: Analyzing everyday vlogs of Korean expatriates. **Discourse, Context & Media**, v. 59, p. 100784, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2024.100784>. Acesso em: 24 abr. 2025.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DUFFY, Brooke Erin. MEISNER, Colten. **Platform governance at the margins**: Social media creators' experiences with algorithmic (in)visibility. Sage Journals, 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/01634437221111923> ; acesso em 01 dez. 2024.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução de Maria Cecília Santos Raposo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

GROHMANN, Rafael et al. **Os laboratórios do trabalho digital**: entrevistas. Boitempo Editorial, 1ª edição, 2021.

GILLESPIE, Tarleton. **The politics of 'platforms'**. New media & society, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.

KARHAWI, Issaaf; PRAZERES, Michelle. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, p. 1-17, 2022. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378>. Acesso em: 24 abr. 2025.

MARWICK, Alice E. Status update: *celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven: Yale University Press, 2013.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity**: a critical history of social media. USA, Oxford University Press, 2013.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro, Contraponto, 2016.

THOMPSON, Jhon B. **A interação mediada na era digital**. São Paulo – Brasil. Matrizes, V.12 – N 3 set./dez. 2018.



Podcast Performático: uma análise sobre as representações à luz da perspectiva dramatúrgica de Goffman

Lorennna Aracelly Cabral de OLIVEIRA¹

Luciano Vagno da SILVA²

Introdução

Os podcasts de bate-papo ou mesa redonda são programas onde duas ou mais pessoas se encontram com outra(s) – o(s) convidado(s) – para conversar sobre um assunto, focando em sua experiência e visão pessoal. À frente desses acontecimentos, podemos perceber que o formato podcast tem atravessado um momento de grandes transformações, incluindo a presença em vídeo. Com isso é necessário estabelecer interações performáticas diante das câmeras que causem impacto social e digital, muitas

1 Doutoranda e Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e integrante do grupo de Estudos de Mídia-Análises e Pesquisas em Cultura, Processamentos e Produtos Midiáticos (Gemini). E-mail: lorycaoly@gmail.com.

2 Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e integrante do grupo de Estudos de Mídia-Análises e Pesquisas em Cultura, Processamentos e Produtos Midiáticos (Gemini). E-mail: luvigno2016@gmail.com.

vezes buscando uma controvérsia ou polêmica para ser utilizada em canais de cortes³ e/ou nas redes sociais do programa.

Diante deste novo cenário de plataformização, é imprescindível destacar que o podcasting tem foco na produção de conteúdo digital, maior presença nas redes sociais, além de transformar os programas em novas formas de sociabilidades e na construção de uma rede de identificações culturais, valorizadas e prestigiadas pelos usuários (Herschmann; Kischinhevsky, 2009).

Neste contexto, o estudo aqui apresentado investiga as interações simbólicas dos convidados e apresentadores nos podcasts de bate-papo, utilizando o arcabouço teórico de Erving Goffman (1995), na obra *A representação do Eu na vida cotidiana*, para entender como essas performances são estruturadas. A princípio, compreendemos que as dinâmicas de apresentação e de interação dos participantes dos podcasts traz consigo uma grande variedade de atuações. A partir deste contexto, foi definido como objetivo desta pesquisa: analisar como as representações performáticas de apresentadores e convidados em podcasts são construídas e mantidas a partir da perspectiva dramática de Goffman (1995), identificando as estratégias de encenação, os papéis sociais adotados e as interações simbólicas que contribuem para a criação de uma “fachada” ou identidade projetada ao público.

A fim de cumprir esses objetivos, optou-se por utilizar o estudo de caso de caráter exploratório e descritivo. Esse método principal é útil pois facilita a familiarização com as representações sociais utilizadas pelos influencers na mídia analisada. Já o

3 O canal de cortes consiste em utilizar recortes das principais falas do entrevistado como uma espécie de teaser do episódio e disponibilizá-lo em canal no *YouTube* específico para esse fim.

caráter exploratório efetiva-se na busca por conhecer com maior profundidade o assunto da pesquisa (Gil, 2008). Enquanto isso, o aspecto descritivo ganha destaque pela sua contribuição na leitura das características e dos processos adotados no videocast *Podcats*.

Mais especificamente, trabalharemos com a amostragem do Episódio 04 da 5ª temporada do podcast *Podcats*, transmitido ao vivo no YouTube em 15 de novembro de 2023⁴, apresentado por Camila Loures e Lucas Guimarães e que teve como convidada a atriz Deborah Secco. O problema da pesquisa busca responder como as representações performáticas de apresentadores e convidados em podcasts são construídas e mantidas à luz da perspectiva dramatúrgica de Erving Goffman (1995). Pretendemos, com este estudo, discutir a hipótese de que os *podcasters* e convidados utilizam estratégias de encenação e adotam papéis sociais específicos para projetar uma “fachada” ou uma identidade ao público.

Goffman e a teatralidade da vida

The Presentation of Self in Everyday Life (1995) é o primeiro e um dos mais conhecidos livros do sociólogo canadense Erving Goffman (1922-1982). Fruto de uma pesquisa etnográfica junto a uma comunidade agrícola nas Ilhas Shetland, situada na Escócia, e baseada em diversos outros exemplos extraídos da vida cotidiana, a obra foi publicada pela primeira vez como tese de doutorado no Centro de Pesquisa em Ciências Sociais da Universidade de Edimburgo em 1956 e a versão revisada e ampliada do texto resultou no livro que se tornou conhecido como análise dramatúrgica de Goffman (1995).

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2Elommp5aJw>.
Acesso em: 01 set. 2024.

Em 1975, o original de Goffman foi traduzido e publicado pela Editora Vozes no Brasil pela primeira vez sob o título *A Representação do Eu na vida cotidiana*. Apesar da publicação, desde então, continuar figurando como umas das mais utilizadas por pesquisadores da área de sociologia e estudos comunicacionais – o que justifica a obra está em sua vigésima edição –, cabe aqui um parêntese acerca da tradução do título da obra para o português brasileiro. Acerca disso, Carlin (2004) afirma que a opção por *A Representação do Eu na vida cotidiana* foi uma má tradução, pois “presentation é ‘apresentação’, e não ‘representação’; self é um conceito central na teoria sociológica de Chicago, e, além da difícil tradução, é normalmente utilizado no original” (Carlin, 2004, p. 160).

Em relação ao contexto, um período em que predominavam os estudos sociológicos macroestruturais, baseados nas investigações em nível mais amplo – de grupos, organizações e instituições –, Goffman (1995) apresentou um modelo dramático, de certa forma, na contramão de seus pares, pois apresentou um estudo de abordagem microssociológica, na qual a sociedade é analisada no nível das interações diretas entre as pessoas, frente a frente. Nesse sentido, sua contribuição mais conhecida para a teoria social é o estudo da interação simbólica, o qual assume a forma de análise dramática, focada em aspectos como a construção identitária do eu em um mundo considerado um palco, onde todos os homens e mulheres são atores sociais. Referindo-se ao que pretende desenvolver em sua tese, o autor menciona que o seu “trabalho serve como uma espécie de manual, que descreve detalhadamente uma perspectiva sociológica a partir da qual é possível estudar a vida social, principalmente aquela que é organizada dentro dos limites físicos de um prédio ou de uma fábrica” (Goffman, 1995, p. 09).

A partir desta consideração, o autor relaciona o funcionamento das relações sociais com o teatro e inicia seu estudo das representações usando termos como ator, observadores, personagem e desempenho de papéis, reafirmando a perspectiva teatral de sua obra para compreender os fenômenos sociais. Em termos gerais, a discussão de Goffman (1995) apresenta seis preceitos dramáticos para a compreensão das interações: as performances, as equipes, as regiões e comportamentos regionais, os papéis discrepantes, as comunicações fora do personagem e, finalmente, a arte de gerenciar as impressões.

O termo *performance* refere-se a “toda atividade de um indivíduo que ocorre durante um período marcado pela sua contínua presença diante de um conjunto particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (Goffman, 1995, p. 22). Assim, o autor propõe observar a crença do indivíduo na impressão de realidade que tenta transmitir. Para isso, ele ilustra duas situações: o ator sincero acredita piamente no papel que desempenha e o ator cínico, por motivos vários, desempenha um papel que sabe não ser verdadeiro (defesa, profissão, status etc.). Apesar disso, os atores podem oscilar entre cinismo e sinceridade ou mesclar ambos durante suas apresentações, podendo haver um ponto de transição, de autoilusão.

Mais adiante em sua discussão, Goffman (1995) descreve um conceito chave para a sua argumentação: o de fachada, compreendido como “a dimensão do desempenho do indivíduo, que funciona regularmente de forma geral e fixa com o objetivo de definir a situação para os observadores de uma representação” (Goffman, 1995, p. 29). Exemplificando, para um professor exercer sua profissão, são necessários elementos físicos que se

assemelham a um cenário: uma sala de aula, uma lousa, um birô e carteiras dispostas para acolher os alunos. Esses elementos reforçam e legitimam a performance docente, permitindo que sua representação social seja reconhecida e aceita por quem lhe observa. Outro exemplo ilustrativo ocorre no campo da enfermagem. É comum que uma enfermeira, ao aplicar uma injeção, consiga realizar o procedimento de forma precisa, muitas vezes sem causar desconforto ao paciente ou usuário do sistema de saúde ao qual se vincula. Tais atos, de tão incorporados, configuram-se como expressões naturais da sua representação social, reforçando sua credibilidade profissional. Assim, a fachada configura-se como um “equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (Goffman, 1995, p. 29).

Com base nisso, há três coisas que um indivíduo pode usar para estabelecer uma fachada social: cenário, aparência e maneira (as duas últimas, o autor chama de fachada pessoal). O cenário refere-se aos elementos fixos da fachada, como o layout físico de uma sala e os adereços de fundo associados, o espaço de trabalho ou a sala de estar de alguém. A aparência consiste nas coisas que mais associamos à própria pessoa — as coisas que a seguem por aí e consiste em atributos fixos, a exemplo da origem racial ou idade, além de itens como roupas e acessórios que escolhemos carregar. Por último, a maneira significa a atitude que alguém demonstra em relação ao ambiente – confiança, humildade, autoridade etc. Em geral, espera-se que haja consistência entre cenário, aparência e maneira, mas isso nem sempre acontece.

Partindo dos modos pelos quais uma representação é socializada, moldada e modificada, o estudioso acrescenta outro aspecto

deste processo de socialização: o fato de que os indivíduos, ao desempenharem seus papéis sociais, tendem a transmitir aos observadores uma impressão idealizada de si mesmos (Goffman, 1995). Ou seja, a representação geralmente mostra uma versão idealizada da situação. Nesse contexto, o ator precisa mostrar comportamentos ideais, escondendo ou evitando ações e atividades que não se encaixam com essa imagem ideal. Além disso, ele pode usar estereótipos ou truques para ter sucesso em sua apresentação.

Na manutenção do controle expressivo, a plateia pode entender ou não os sinais que o ator está tentando transmitir. Às vezes, o público pode até interpretar esses sinais de forma diferente do que o ator pretendia, especialmente se forem gestos involuntários. Para evitar mal-entendidos, o ator tenta enviar o maior número possível de sinais claros para deixar a situação bem definida.

Tais acidentes e gestos não compreendidos são muito comuns. Tanto que Goffman (1995) os categoriza em três tipos: perda do controle muscular – tropeços, bocejos, arrotos; demonstração de pouca ou muita preocupação com a interação; falta de direção dramatúrgica – o cenário pode ser desleixado ou o tempo de alguns aspectos de uma performance pode ser errado. Considerando isso, se houver contradições ou sinais confusos, a apresentação – *presentation* – pode ser comprometida, causando uma ruptura na compreensão da situação por parte do público (Goffman, 1995).

Por fim, Goffman (1995) também evidencia que o indivíduo pode ser compreendido a partir de dois papéis fundamentais: o personagem e o artista. O personagem corresponde ao eu social,

uma identidade construída por meio de adereços, de um cenário como palco e de uma equipe de colaboradores que reforçam sua apresentação pública. Já o artista é o intérprete apressado, que executa a performance no fluxo da interação. O bem-estar psicológico do artista está diretamente ligado à manutenção do seu eu social.

Em resumo, a obra discute a dificuldade de obter informações sociais completas sobre os outros, o que faz com que as pessoas recorram às aparências para interpretar a realidade. Embora saibamos que essas informações podem ser manipuladas ou incompletas, ainda esperamos que sejam transmitidas com certa honestidade.

Paradoxalmente, quanto mais nos esforçamos para parecer moralmente corretos, mais nos distanciamos dos padrões que pretendemos seguir. A obra destaca a importância de manter uma definição única e coerente da situação em meio a possíveis interrupções, tarefa compartilhada por todos nas interações sociais.

As transformações no Podcast

O primo em primeiro grau do rádio, o podcasting, chegou discretamente como uma inovação tecnológica no meio digital em 2001 (McHugh, 2021). Considerado como uma revolução da comunicação sonora, o meio podcast cresceu gradualmente e agora é uma forma popular de comunicação e entretenimento, correspondendo a uma modalidade de radiofonia sob demanda, assíncrona, que vai além da oferta de conteúdos em websites de emissoras (Kischinhevsky, 2018).

Nos últimos anos, podemos perceber que o ecossistema sonoro atravessa um momento de grandes transformações, favorecido pelos

avanços tecnológicos, como a propagação dos *smartphones*, melhora na qualidade da internet móvel e os novos hábitos da escuta sob demanda. À frente desses acontecimentos, a disseminação de aplicativos de escuta teria um importante papel nas formas de experimentações da mídia sonora digital (Morris; Patterson, 2015).

Segundo dados do relatório DataReportal 2023, o Brasil é o país que mais consome conteúdo por podcasts no mundo, com 42.9% de usuários de internet com idade entre 16 e 64 anos informando que escutam podcast toda semana (Avis, 2023).

No cenário atual das transformações no ecossistema de mídia sonora, novos tipos de podcasts estão sendo disponibilizados a todo momento. Em uma breve consulta na podosfera, pode-se constatar as seguintes categorias: pessoas conversando e pessoas contando histórias. Cada podcast se encaixa em uma dessas duas categorias, haja vista, na maioria das vezes, quando as pessoas estão conversando em um podcast, elas estão efetivamente contando histórias (Nuzum, 2019). O próprio relato comunica algo diferente de como o formato comunica, essas experiências comunicam tanto enquanto estilo quanto como conteúdo.

Para Berry (2020), os podcasts de conversa podem ser compostos por entrevistas sobre um ou mais assuntos, bate-papos, ou seja, as diferentes formas de se ter uma conversa. O formato baseia-se em uma possibilidade de exposição e direcionamento de perguntas aos entrevistados sobre suas temáticas, utilizando dessa base para criar intimidade com o ouvinte e inserir cotidianos, histórias e personagens na produção.

Já Viana e Chagas (2021) apontam que, em muitos casos, a entrevista ocorre com mais de um convidado, ainda que em temporalidades distintas. Essa estratégia amplia a diversidade

de vozes e perspectivas, criando uma narrativa polifônica que dá ao ouvinte a sensação de acompanhar um diálogo coletivo em constante construção. Além disso, os autores observam que a presença de múltiplos interlocutores favorece tanto a dinamicidade da escuta quanto a aproximação do público com diferentes experiências e pontos de vista, característica que se tornou marca de muitos podcasts contemporâneos.

Sabendo que a Internet é multimídia por natureza, os podcasts começaram gradualmente a experimentar diferentes métodos de combinação de formatos e suportes como parte de sua produção, criando um novo meio de comunicação, no qual a imagem e o vídeo prevalecem. Nos últimos anos, na esteira do já citado aumento do número de ouvintes de podcast no Brasil, outro formato virou tendência entre os consumidores de áudio e vídeo, o videocast. Destacamos, no entanto, que esta tendência está absolutamente condicionada pela estrutura de circulação e comercialização de conteúdos digitais, que privilegia o vídeo em detrimento do som.

Para (Williams, 2011), uma das principais características do formato de videocast é o modo de produção. Nesse sentido, a produção em vídeo é uma espécie de conversa informal entre amigos que, na podosfera brasileira, geralmente apresenta características peculiares, como a ausência de pauta, dando a ideia ao público de que aquela produção não se caracteriza como uma entrevista convencional, proporcionando, por outro lado, longas e descontraídas conversas sobre diversos assuntos.

Pela perspectiva de Prado (1989), podemos aferir que esta aproximação da personalidade dos protagonistas das histórias dialoga com a premissa de um gênero jornalístico em

específico, o literário (ou narrativo). Notadamente, o novo ambiente de produção e consumo digital está favorecendo a proliferação de um formato que aproveita as vantagens criativas dos conteúdos audiovisuais.

Desse modo, as plataformas estão moldando a trajetória de desenvolvimento atual do meio podcasting. O podcast inserido nesse crescente movimento de plataformação, como explica Sullivan (2019), altera as experiências dos consumidores, pois modifica sua criação, sua possibilidade de armazenamento, a descoberta de conteúdos e o seu próprio consumo.

No contexto da plataformação, o podcasting enquanto prática social buscou ressignificar as “maneiras de fazer” (Certeau, 2000) do podcast e adotou estratégias – como o uso da imagem – para garantir interesse e consequentemente audiência do seu público em meio ao competitivo cenário midiático digital. Da mesma forma, os convidados e apresentadores adotaram suas táticas, como a exploração de suas representações performáticas a partir do seu desempenho e dos movimentos que realizam dentro dos episódios.

Podcats, o podcast performático: uma análise dos princípios da Perspectiva Dramatúrgica no episódio com Deborah Secco

No âmbito do formato videocast, um modelo interessante é o do *Podcats*. Apresentado pelos influenciadores digitais Camila Loures e Lucas Guimarães, a produção surgiu em outubro de 2021 com o intuito de “bater um papo super descontraído e animado”, conforme descrição em seu canal do *YouTube* (Podcats, 2021).

Produzido pela *Brasileira Digital*, empresa responsável pela gestão da carreira da Camila Loures, atualmente está em sua 7ª temporada. Até a 2ª temporada, o projeto era conduzido por Loures e pela também influenciadora digital Virginia Fonseca, que foi substituída a partir de então por Lucas Guimarães.

Os episódios do *Podcats* são lançados semanalmente, às quartas-feiras, no *YouTube*, via transmissão ao vivo, e têm em média duas horas de duração. Após o lançamento, os vídeos ficam disponíveis no próprio *YouTube* e em todas as plataformas digitais de áudio.

Segundos dados do *Portal Metrôpoles*, em 2023, o *Podcats* já possuía mais de 190 milhões de visualizações no *YouTube*, dois milhões de reproduções no *Spotify*, 7 milhões de seguidores nas redes sociais e, acumulava um pico de 513 mil espectadores simultâneos em um único episódio – média ponderada de 160 mil expectadores simultâneos a cada episódio (Magalhães, 2023).

Figura 1: Apresentadores e Convidada do Podcats



Fonte: Divulgação Podcats

O episódio 04 da 5ª temporada do *Podcats*, que foi ao ar no dia 15 de novembro de 2023 e contou com a participação da atriz Deborah Secco, tem mais de 350 milhões de visualizações. A escolha por este episódio para a análise empreendida neste trabalho justifica-se pela possibilidade de aplicação do modelo dramatúrgico de Goffman (1995) à performance adotada pela atriz em suas mais diversas aparições em programas.

No podcast, o palco o seria o próprio programa, onde os apresentadores e convidados apresentam uma versão calculada de si mesmos para o público. Nesse contexto, cada risada, pausa e entonação pode ser compreendida como parte de uma performance maior. Essa performance é deliberadamente projetada para manter uma certa imagem ou reputação.

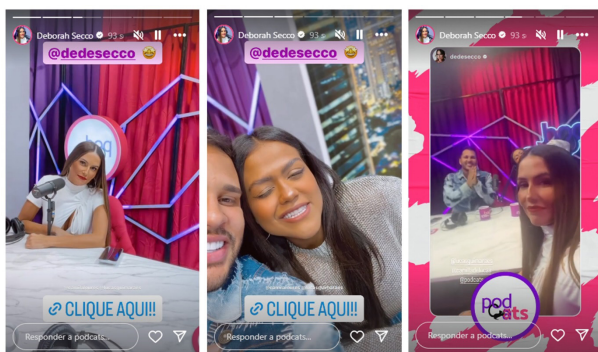
Já o bastidor é onde os indivíduos podem relaxar e deixar de lado a performance pública. Em podcasts, os bastidores podem ser entendidos como os momentos fora do ar, discussões pré-gravações ou até mesmo as conversas internas entre os participantes que não são divulgadas ao público. O conteúdo que é editado ou cortado antes da publicação final do episódio também pode ser visto como parte desse bastidor.

No episódio analisado, em diversos momentos, o apresentador Lucas Guimarães cita como bastidor conversas pelo aplicativo de mensagens *WhatsApp* com a atriz para marcar a entrevista. Também podemos citar como bastidores os vídeos de *making of*⁵ para as redes sociais do projeto com a participação da atriz, utilizados para divulgação do episódio. Outro ponto que pode ser

5 Reels do Instagram de Deborah Secco. Disponível em: https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODgxNTg3MzY4OTcyNTYx?story_media_id=3236946137314781772_49765426034&igsh=OGF5NHQ0b3N2cnIz. Acesso em: 03 set. 2024.

entendido como uma região de fundo são as ações mais “naturais” dos apresentadores e convidada, como os diversos momentos em que comem pizzas e lanches com a mão para performar simplicidade e despojamento das ações.

Figura 2 – Reels do Instagram de Deborah Secco com os bastidores do *Podcats*.



Fonte: Instagram. Autoria: autoria própria.

Goffman (1995) argumenta que os indivíduos constantemente performam na sociedade, ajustando suas expressões e comportamentos para se adequarem às expectativas da sociedade. Nos videocasts, essa performance é particularmente evidente, já que os apresentadores e convidados sabem que estão sendo assistidos por um público. Eles moldam suas falas, reações e até emoções para se alinharem com a imagem que querem projetar.

Logo no início do programa, percebemos a concepção idealizada sobre como a Secco deve se comportar no meio social: sempre educada, cordial, animada, tentando criar diálogos agradáveis e mostrando boas relações com os apresentadores, mesmo ressaltando que não gozam de muita intimidade, haja

vista que só se viram uma única vez. Apesar disso, fica evidente no discurso de Secco, quando expressa que foi um prazer aceitar o convite para o bate-papo, o quanto a reputação é importante na sociedade narrada e como a representação deve ser bem-feita não só no mundo digital, mas nas ações fora dela também.

Cabe destacar que Debora Secco é uma personagem frequente em programas diversos do *mainstream*. Figuras que participam de podcasts muitas vezes interpretam papéis que reforçam sua marca pessoal, seja como especialistas em um tema, figuras polêmicas ou personagens engraçados. Ao longo de sua carreira, a atriz convidada do *Podcats* interpretou diversos papéis que priorizavam sua sensualidade e seu charme, aspectos que, combinados com as declarações de sua intimidade e com o teor sexual e sensualizado, foram cuidadosamente construindo esse papel de *femme fatale* no imaginário popular. Em diversos momentos de sua participação no programa, ela reforçou esse papel ao falar de suas preferências durante o sexo. Sobre a encenação de um determinado papel social, Meniconi (2005) ressalta que:

Uma representação coletiva é conformada no momento em que a coerência entre os elementos da fachada dessa encenação passa a habitar o imaginário dos sujeitos, criando nestes uma expectativa estereotipada. Dessa forma, quando um ator performa um papel já consolidado, ele também sabe qual é a imagem social que corresponde à expectativa do público, que pode ser mais facilmente convencido do caráter genuíno dessa representação (Meniconi, 2005, p. 57).

Goffman (1995) fala do gerenciamento de impressões, o qual é o esforço de controlar como os outros nos percebem. Nos podcasts, esse conceito se aplica tanto à maneira como os apresentadores e convidados se apresentam quanto à estrutura do programa em si. *Podcats* ressalta em seu perfil no Instagram que “Camila Loures e Lucas Guimarães se unem para bater um papo SUPER animado” (Podcats, 2024, online, grifo do autor). Isso influencia, por exemplo, na escolha dos tópicos, no estilo de condução das entrevistas e até na edição do conteúdo, a fim de controlar a impressão que o videocast deseja transmitir para a sua audiência. Assim, a produção seleciona e molda o conteúdo para refletir uma identidade específica do programa, o que inclui as polêmicas abordadas, os convidados escolhidos e a maneira como as conversas são guiadas.

Goffman (1995) afirma que, ao encontrar uma pessoa, tentamos descobrir dados sociais sobre ela a fim de prever o que vai acontecer no encontro ou responder às interações inerentes a este de forma esperada. Quando, em determinado momento do episódio em análise, Loures comenta que Secco perguntou sobre sua família – o que gerou espanto e admiração –, é possível interpretar que a convidada estava atuando no sentido comentado por Goffman (1995).

Em outro momento do programa, Secco revela que acompanha a vida da influenciadora digital pelas redes sociais. Dessa forma, a atriz “compra” a imagem vendida por Loures – de que é uma pessoa muito ligada à família, com ênfase para o convívio doméstico com seus pais e irmãos – para desenvolver a interação. Nas palavras de Goffman (1995), “o indivíduo influencia o modo que os outros o verão pelas suas ações” (Goffman, 1995, p. 107).

De modo geral, durante o episódio, Deborah Secco mostra sua oscilação entre as representações cínica e sincera. Assim, em dado momento, vemos a atriz empenhada em criar sua representação de mulher má e ainda questiona os apresentadores se eles gostaram. Secco sabe tanto que está em um jogo de representações que leva a sério cada interação, ao mesmo tempo em que se acha merecedora de todos os elogios, pois acredita ser uma boa pessoa também.

Ao observar a performance dos apresentadores e da convidada, identificamos outros elementos explorados por Goffman (1995), como as ideias de cenário e de fachada pessoal.

A definição de cenário compreende

“a decoração, a disposição física e outros elementos do pano de fundo que vão constituir o cenário e os suportes do palco para o desenrolar da ação humana executada diante, dentro ou acima dele” (Goffman, 1995, p. 29).

Por incluir elementos visuais, os videocasts encontram-se num determinado local – geralmente um estúdio repleto de câmeras – e são em sua maioria constituídos esteticamente por uma mesa com microfones articulados, uma TV ao fundo onde geralmente são expostas as logomarcas do programa e dos patrocinadores. A decoração do cenário também é composta por canecas que também ostentam a logomarca do programa. Em análise, essa cenografia e seus elementos contribuem para reforçar a imagem dos personagens, uma vez que realizam cenas e representações da personalidade dos envolvidos, influenciando diretamente nas impressões e formas que a audiência terá sobre os atores.

Já a fachada pessoal se destaca no episódio desde aspectos mais gerais, na medida em que todos os indivíduos estão bem-vestidos e penteados, até questões mais específicas de cada personagem da cena, como os elementos que Deborah Secco expõe em sua fachada pessoal, os quais já de início condizem com o estereótipo de mulher sexy, partindo, por exemplo, da escolha de um vestido branco colado, marcando a silhueta, curto e com alguns recortes que permitem deixar à mostra partes de seu corpo, como o decote e a lateral da barriga. Além disso, os apresentadores utilizam fones de ouvido que serviriam em tese para auxiliar a comunicação com a técnica do programa, porém, em diversos momentos, o fone é retirado; logo, para que uma performance seja convincente, também é preciso que a plateia reconheça, na fachada pessoal dos atores, alguns aspectos que estejam consoantes com a representação pública que este escolheu permanentemente para si.

Considerações Finais

Considera-se, neste trabalho, entre as múltiplas potencialidades das quais o meio podcast apresenta, o fato de que a performance dos participantes, assim como dos apresentadores é estrategicamente moldada e percebida de modo a regular a impressão que os outros formam ao seu respeito, entendendo as suas aparições nos episódios como um grande palco no qual o indivíduo é colocado como ator e as pessoas com quem interagem (apresentadores e audiência) são postas como não apenas público, mas também como outros atores em constante interação.

Nessa pesquisa, a partir da análise do Episódio 04 da 5ª temporada do *Podcats*, apresentamos a relação entre os papéis

sociais adotados e as interações simbólicas realizadas na região de fachada e de máscaras nos chamados videocasts. Foi possível observar que a construção da narrativa, da imagem e do personagem deve ser mantida enquanto os atores – nesse caso específico, apresentadores e convidada – estiverem na presença da plateia.

Na ocasião, notamos que a colaboração de todos os atores em cena configurou-se como essencial para o bom desempenho das performances. Mais especificamente, com base na teoria dramática de Goffman (1995), interpretamos que a performance dos participantes foi estrategicamente moldada, de modo a ser percebida de forma condizente a determinadas expectativas. Destacamos também que esses papéis são cuidadosamente construídos para seduzir o público e gerar mais seguidores ou engajamento.

Por fim, a análise nos levou a perceber que as concepções acerca das interações face a face também mudam na perspectiva de que há muito mais além daquilo que estamos assistindo, uma vez que há sempre uma região do fundo ou de bastidores onde os atores devem estar resguardados da presença da plateia. De todo modo, o controle de todos estes cenários deve estar sob poder do ator social, a fim de manter firme a sua representação.

Referências bibliográficas

AVIS, Maria Carolina. Brasil é o país que mais consome podcast no mundo. Uninter Notícias, 2023. Disponível em: <https://www.uninter.com/noticias/brasil-e-o-pais-que-mais-consome-podcast-no-mundo>. Acesso em: 02 set. 2023.

BERRY, Richard. **There are just 3 types of podcast**. Radio & Podcast Academic, Sunderland (UK), 29 de julho de 2020. Disponível em: <<https://richardberry.eu/there-are-just-3-types-of-podcast/>>. Acesso 29 ago. 2024.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano. 1. Artes de fazer. 5ª. Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2000.

CARLIN, Andrew P. “Enquadrando” bibliografias – reflexividade, relevância e a “imaginação sociológica”. In: Gastaldo, Édison (org.). **Erving: desbravador do cotidiano**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004a. p.147-166.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa social**. 6. ed., São Paulo: Atlas, 2008.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista FAMECOS**, v. 15, n. 37, p. 101-106, 27 jan. 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio em episódios, via internet**: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, Santiago de Compostela, v. 5, n. 10, p. 74-81, 2018.

MAGALHÃES, Daniella. PodCats: Camila Loures e Lucas Guimarães anunciam novidades. **Metropóles**, 2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/leo-dias/podcats-camila-loures-e-lucas-guimaraes-anunciam-novidades>. Acesso em: 03 set. 2024.

MCHUGH, Siobhán. **The Power of Podcasting–telling stories through sound**. Sydney: UNSW Press, 2022.

MENICONI, Joana Almeida. **De olho no Big Brother Brasil: a performance mediada pela TV**. Dissertação (mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, p. 164, 2005.

MORRIS, Jeremy Wade; PATTERSON, Eleanor. **Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio**. Journal of Radio & Audio Media, v. 22, n.2, p. 220-230, 2015.

NUZUM, Eric. **Make noise: a creator's guide to podcasting and great audio storytelling**. Workman Publishing Company, 2019.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PODCATS. Deborah Secco Podcats 5ª Temp #04. [S.l.], 15 nov. 2023. 1 vídeo (2'02 min). Publicado pelo Canal Podcats. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2ElommP5aJw>. Acesso em: 02 set. 2024.

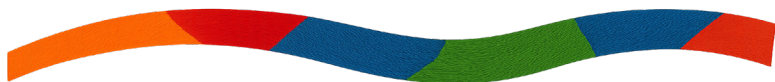
PODCATS. Instagram: @podcats. Disponível em: <https://www.instagram.com/podcats/>. Acesso em: 03 set. 2024.

SULLIVAN, John L. The platforms of podcasting: Past and present. **Social media+ society**, v. 5, n. 4, p. 1-12, 2019.

VIANA, Luana; CHAGAS, Luan. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. **Anais do XIII Encontro Nacional História da Mídia**. Online. 18 a 20 de agosto de 2021.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.





John B. Thompson

Marcelo Bolshaw

E, bem vistas as posições estratégicas de Anthony Giddens, algumas perguntas cruciais permanecem sem resposta: Qual papel dos meios de comunicação no contexto da modernidade e da democracia representativa? Como é a relação entre a tradição (ou poder simbólico) e a democracia, entendida como método de decisões negociadas?

Quem pretende responder essas perguntas é **John B. Thompson** (1995, 1998, 2002), que foi aluno de Giddens e tenta aprofundar alguns pontos de suas ideias, principalmente, sobre a relação cultural entre tradição e modernidade; e sobre o papel da mídia na democratização social da democracia representativa.

Em *Ideologia e Cultura Moderna* (1995), Thompson retoma a questão da teoria liberal sobre a imprensa livre – o “quarto poder”, situando estruturalmente a mídia entre o Estado e o Mercado e postulando, por um lado, a separação do poder estatal e o princípio do pluralismo regulado dos meios de comunicação para que eles, e por outro lado, que eles não atendam aos interesses do mercado (Thompson, 1995, p. 337).

No último capítulo de *A Mídia e Modernidade* (1998), Thompson (1998), aprofunda mais a questão, abordando-a agora de um ponto de vista mais normativo e menos analítico, com seu aperfeiçoamento

da proposta de uma “democracia deliberativa” feita por Habermas e desenvolvida pela Política de Terceira Via de Giddens.

A proposta de democracia deliberativa aperfeiçoada por Thompson (1998), consiste no fortalecimento da mídia (e da Sociedade Civil politicamente organizada) em relação ao mercado e em relação ao Estado. Ou seja, seria uma reforma institucional do atual modelo de democracia representativa, em que os interesses comerciais das empresas de comunicação são limitados pela concessão pública do serviço pelo Estado, e o caráter múltiplo e aberto dos meios de comunicação dá transparência ao poder, impedindo a manipulação política.

Outro aprofundamento do pensamento de Giddens por Thompson é a persistência da tradição na modernidade. Thompson identifica quatro aspectos da tradição:

- A) **No aspecto normativo**, a tradição é um sistema de normas que orienta a Ação Social segundo o passado;
- B) **No aspecto legitimador**, a tradição é também ideologia que autoriza o exercício do poder imposto;
- C) **No aspecto hermenêutico**, a tradição é uma estrutura de interpretação. Assim, pode-se dizer que a ciência é uma tradição de interpretar os acontecimentos como fatos objetivos;
- D) **E no aspecto identificador**, a tradição é ainda um fator de auto formação cultural de identidade coletiva e individual, do “Self” de um determinado grupo ou população.

Segundo Thompson, a globalização acabou com os aspectos normativo e legitimador das tradições, mas os aspectos hermenêutico e identificador permanecem vivos na cultura moderna. Assim, o poder simbólico tradicional não normatiza mais o

cotidiano nem legitima autoridades impostas pela força, mas continua vivo como sistema de interpretação e formação cultural.

Thompson dá destaque ao fato de que o processo de auto-formação dos indivíduos muito mais aberto e reflexivo que na relação face a face, mas também troca da experiência vivida pela experiência mediada, gerando uma situação antes inexistente, um novo tipo de relação carismática, a **“intimidade não recíproca a distância” ou Imagem Pública**. O surgimento das imagens públicas passou a ter mais relevância do ponto de vista artístico, desportivo e político do que do ponto de vista religioso, embora o comportamento do fã da cultura de massas seja essencialmente o mesmo do fanático religioso em um ambiente mediado.

“Imagem Pública” (ou imagem de marca) é o conceito define uma representação social comum aos seus agentes e à sua audiência. A popularidade, o carisma e o personalismo sempre existiram; porém no regime de hipervisibilidade promovido pelas mídias esses elementos assumem um caráter decisivo na vida social. Desse modo, a noção de Imagem Pública reúne, sintetiza e globaliza várias categorias analógicas (reputação, prestígio, honra, *status quo*, etc.) que antes existiam de forma fragmentada em diferentes graus, variando segundo a cultura de cada sociedade. De modo sistemático, é possível interpretar que ela tem um lado conceitual, proposto pelos agentes; um lado simbólico em sua recepção; e um lado codificado em uma linguagem. Assim, a Imagem Pública é resultante de uma tripla representação: a representação do ator, a do diretor (e da linguagem) e a representação do público.

A política passou a se organizar pela gramática dos meios de comunicação (com ênfase na novidade, no inusitado e em padrões

estéticos), produzindo uma cultura eleitoral centrada no consumo de imagens, gerando novas competências, como marketing (que adapta o discurso político às preferências do público através de pesquisas) e se baseia na similitude entre a opinião pública e o mercado consumidor. O critério principal do voto passa então a ser “quem” e não “o que” – uma vez que todos dizem praticamente a mesma coisa. Houve uma personalização da política; a confiabilidade e a honestidade se tornaram pré-requisitos decisivos nas escolhas eleitorais – e não a posição do candidato. Há ainda vários outros aspectos negativos dessa des-ideologização carismática da política: a redução das diferenças a gostos, a imagem como inimiga do pensamento abstrato, a linguagem da TV como empecilho à polêmica argumentativa.

O resultado? O crescente desinteresse do público mais informado; o caráter artificial da opinião pública; a perda de autenticidade dos agentes e das instituições de representação política; e, principalmente, a substituição parcial dos partidos e das instituições políticas representativas pelos meios de comunicação no debate e na defesa dos interesses da população. A mídia, na modernidade, sequestrou o “lugar da fala” da autoridade pública e religiosa. Nas culturas pré-modernas, a informação era distribuída unicamente a partir dos estados e das igrejas. Ao se estabelecerem instituições de mediação com autonomia relativa, o “monopólio da fala” foi terceirizado. Assim, a mídia é, ao mesmo tempo, um campo aberto para o diálogo direto entre os atores políticos e o público; e também mais um ator político com interesses próprios em um contexto social mais amplo. Ela é simultaneamente um campo para os agentes políticos e um agente social invisível que seleciona, hierarquiza e dá visibilidade aos acontecimentos.

Por entender que o processo de interpretação NÃO deve ser visto como um método que exclua a subjetividade, mas como uma dimensão que no início e no final do conhecimento, Thompson (1995): a) parte da compreensão imediata que se tem da forma simbólica no cotidiano; b) analisa objetivamente a interpretação preliminar (consorciando vários métodos), e c) reinterpreta o significado da forma simbólica (Thompson, 1995, p. 355).

Tabela 3 – Metodologia Tríplice

OBJETO	ETAPAS	MÉTODOS CONJUGADOS	RESULTADO
Emissor	Análise sócio-histórica da produção e transmissão	Situações espaço-temporais Campos de interação Instituições Sociais Estrutura Social Meios técnicos de transmissão	Síntese Hermenêutica
Mensagem	Análise Formal ou Discursiva	Análise semiótica Análise de conversação Análise sintática Análise narrativa Análise argumentativa	
Receptor	Análise sócio-histórica da apropriação	Interpretação das Mensagens Mapa das diferentes interpretações Re-interpretação da interpretação	

Fonte: próprio autor resumindo Thompson.

Com as redes sociais e digitais, no entanto, deixou-se de ter um único contexto de transmissão e vários contextos de recepção para se tornar um conjunto de múltiplos contextos mistos de transmissão/recepção dentro de um único contexto virtual em regime de simultaneidade de tempo. Thompson, no entanto, não considera a experiência mediada como sendo uma interação (pois não tem reciprocidade) e estuda a Imagem Pública apenas na ótica da comunicação de massas.

Thompson considera que em estudos midiáticos, ao contrário da hermenêutica literária tradicional, a “autonomia semântica das mensagens” é secundária diante dos contextos históricos de transmissão e recepção. E, com essa ênfase sociológica nos contextos históricos dos interlocutores, o autor não está apenas ampliando o alcance teórico da hermenêutica para além do discursivo, mas também adaptando a teoria da interpretação para o âmbito da sociologia da comunicação.

Referências bibliográficas

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. **A mídia e a modernidade** – uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **O escândalo político**: poder e visibilidade na era da mídia. Trad. de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. A interação mediada na era digital. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 12, n. 3, p. 17-44, 2018. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/153199>. Acesso em: 27 maio. 2025.

*Imagem de John B. Thompson gerada por IA a partir de prompts elaborados por Hélder Nóbrega.



Publicidade Mediada, Poder Simbólico e Democracia: uma leitura da teoria de John B. Thompson

Hanry de Lima Vieira¹

Introdução

O texto em questão remete-se a uma análise crítica do livro *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*, do autor John B. Thompson (2008), como avaliação final da disciplina Estudos da Mídia e Práticas Sociais, ministradas pelos professores Dr. Marcelo Bolshaw Gomes (UFRN) e Dr. Sebastião Guilherme Albano da Costa (UFRN).

Em consonância aos pressupostos solicitados em aulas, nas quais foram requisitadas uma estrutura crítica, incluo no texto elementos como: descrição, análise e interpretação do texto de Thompson (2008). Além disso, na conclusão, relaciono os ensinamentos correlatos à minha pesquisa que está sendo desenvolvido junto ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (UFRN).

¹ Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: hanryvieira.ufrn@gmail.com

Em virtude do conteúdo extenso do livro, dividirei a escrita em tópicos dedicados a cada capítulo, enquanto a conclusão será abordada individualmente, ao final, sintetizando todo o conteúdo.

Antes do primeiro capítulo, o autor introduz o seu pensamento indicando que o seu objetivo é tentar mostrar que o desenvolvimento dos meios de comunicação foi parte fundamental do surgimento das sociedades modernas, tendo como raciocínio central o fato de que só seria possível entender o avanço das novas redes de comunicação e do fluxo de informação a partir de suas implicações na criação de novas formas de ação e de interação no mundo social.

Como base argumentativa do texto, além da hermenêutica como forma de recepção e de interpretação das formas simbólicas, Thompson (2008) cita alguns autores fundamentais tais como Habermas – e seu estudo acerca do desenvolvimento da mídia como parte integral da formação das sociedades modernas –, Marshall McLuhan e Harold Innis – em virtude dos seus trabalhos que respectivamente exploraram as relações entre meios de comunicação e a organização espacial e temporal do poder. Além disso, o autor ainda afirma que os meios de comunicação são importantes para a organização de poder, independentemente das mensagens que eles veiculam.

Capítulo 1–Comunicação e Contexto Social

No primeiro capítulo do livro, Thompson (2008) analisa a natureza dos meios de comunicação no interior do marco de uma conjectura social mais ampla, lançando os fundamentos de uma teoria social da mídia, analisando os contextos sociáveis dentro dos quais toda comunicação acontece e deve ser entendida.

Para tal, o primeiro conceito trazido no capítulo define que a comunicação é uma forma de ação, onde a observação da comunicação deverá se basear, pelo menos em parte, na análise da ação e na consideração do seu caráter contextualizado (Thompson, 2008, p. 20). Nesse sentido, os conjuntos de circunstâncias são conceituados no texto como “campos de interação”, que são configurados por instituições, que definem qual lugar cada indivíduo irá ocupar, tendo uma ligação estreita da posição com o poder que cada sujeito possui.

Para Thompson (2008), poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses e de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências. A partir desta concepção, distingue-se os poderes como “econômico”, “político”, “coercitivo” e “simbólico”, os quais refletem os tipos de atividades que os indivíduos ocupam e os diversos tipos de recursos de que se servem no exercício do poder (Thompson, 2008, pp. 21-22). Resumidamente, esses tipos de poder são conceituados e exemplificados no texto a partir de alguma ação executada. Mais especificamente, é possível sintetizar que o poder econômico decorre da atividade humana produtiva; o político advém da coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de sua interação, que ocorre dentro de um território circunscrito, que pode levar o nome de Estado; o poder coercitivo é a implicação ou a ameaça da força física, tendo a forma principal exemplificada com o poder militar; e o último deles, o poder cultural ou simbólico, remete à produção, à transmissão e à recepção do significado das formas simbólicas.

Dando continuidade, Thompson (2008) avalia o uso dos meios de comunicação, relatando que, na produção de formas simbólicas

e na sua transmissão para os outros, os indivíduos geralmente empregam um meio técnico, descrevendo de forma sistemática alguns dos seus atributos. A fixação da forma simbólica – ou a sua preservação –, seria o primeiro deles, que remete ao sentido de durabilidade ou de armazenamento de informação ou de conteúdo simbólico. O próximo é a reprodução, sendo entendida como a capacidade de multiplicar e a sua posterior mercantilização. Outro atributo trazido pelo meio técnico é a possibilidade de um certo grau de distanciamento espaço-temporal. Por fim, temos os tipos de habilidades, competências e formas de conhecimento que basicamente referem-se ao conhecimento das regras do jogo. Ou seja, pressupõe-se que, ao utilizar os meios técnicos, é necessariamente acionado o uso de um conjunto de regras e de procedimentos de codificação e decodificação da informação ou do conteúdo simbólico.

A partir destas reflexões, a expressão “comunicação de massa” é bastante criticada pelo autor, ressaltando que este tipo de interlocução não está relacionado à quantidade de indivíduos que recebe os produtos e sim que tais bens estão disponíveis para uma grande pluralidade de destinatários, sendo está, portanto, uma expressão enganosa. Neste mesmo contexto, Thompson (2008) utiliza a expressão “comunicação de massa” para se referir à produção institucionalizada e à difusão generalizada de bens simbólicos, tendo como características os meios técnicos e institucionais desta produção e desta difusão; a mercantilização das formas simbólicas; a dissociação estrutura entre a produção e a recepção; o prolongamento da disponibilidade dos produtos da mídia no tempo e no espaço e a circulação pública (Thompson, 2008, p. 32).

Outro tópico abordado no primeiro capítulo é a reorganização do espaço e do tempo proporcionada pela telecomunicação, no sentido que o afastamento espacial não mais implicava o distanciamento temporal. Nesse sentido, o autor traz conceitos interessantes como “historicidade mediada” e “mundanidade mediada”, que mudaram respectivamente a forma de compreensão do passado e do mundo ao nosso redor.

Por fim, “Comunicação, apropriação e vida cotidiana” é o assunto final deste bloco. Aqui, o papel dos receptores é o objeto em análise. Para Thompson (2008), a recepção deveria ser vista como uma ação situada em específicos contextos sócio-históricos, sendo a recepção dos produtos de mídia vista como uma atividade de rotina e um processo hermenêutico.

Capítulo 2–A Mídia e o Desenvolvimento das Sociedades Modernas

No segundo capítulo, ele direciona a análise para um plano histórico, iniciando dos marcos teóricos abordados na primeira parte e se aprofundando nas principais transformações associadas ao surgimento das sociedades modernas, com foco no desenvolvimento das instituições da mídia e no crescimento de novas redes de comunicação e de informação.

A linha de raciocínio inicial do capítulo remete a profundas transformações institucionais fundamentais que ocorreram no mundo moderno, as quais foram divididas por Thompson (2008) em três linhas principais, a saber: mudanças econômicas, saindo do feudalismo para o sistema capitalista de produção e intercâmbio; mudanças políticas, decorrentes do reagrupamento de

diversas unidades políticas e da adoção de um sistema centralizado de administração e de tributação; e, por fim, a guerra.

De modo geral, Thompson (2008) indica que o Estado moderno como o conhecemos hoje – “estado-nação” ou “estado nacional” – é um conjunto de instituições cujas formas foram emergindo em um processo gradual. Para ele, as instituições econômicas foram sendo subordinadas cada vez mais ao poder centralizado do estado (Thompson, 2008, p. 50). Assim, a formação dos estados modernos carecia emergencialmente de um sentido de identidade nacional. A conquista explícita de objetivos políticos, o nacionalismo e a identidade nacional vinham estreitamente ligados ao desenvolvimento de novos meios de comunicação que permitiam às ideias e aos símbolos serem expressos e difusos numa linguagem comum. Ademais, a fragmentação da autoridade religiosa e o declínio do seu poder foram acompanhados pela expansão de sistemas de conhecimento e de instrução essencialmente secularizadas que estimularam a formação de sociedades literárias por toda a Europa.

Outro fator importante na organização social do poder simbólico foi a mudança da escrita para a impressão e o consequente desenvolvimento das indústrias da mídia. Nesta parte do capítulo, o autor trás histórica e cronologicamente o advento da indústria gráfica, remetendo sua importância à possibilidade de mercantilização das formas simbólicas e das inovações técnicas na produção de papel e na impressão, fatores muito importantes para o desenvolvimento desta atividade. Desse modo, o surgimento da indústria editorial criou novos centros e novas redes de poder simbólico, que se baseavam nos princípios da produção mercantil e são relativamente independentes do poder político e simbólico controlados pela Igreja e pelo Estado (Thompson, 2008, p. 57).

Em síntese, destaca-se que essa indústria teve papel importante na cultura e na religião europeia moderna, pois a partir dela houve o declínio do latim, o surgimento e o crescimento das línguas nacionais e a consolidação dos estados nacionais. Esse argumento baseia-se no fato de que foi através do processo de unificação linguística que os estados modernos puderam adotar uma língua nacional particular como idioma oficial. Nesta etapa, Thompson (2008) afirma que a formação das comunidades nacionais estava ligada ao desenvolvimento de novos sistemas de comunicação que possibilitaram a partilha de símbolos e de crenças expressas numa língua comum.

Não é surpresa que, após essa discussão sobre a participação da indústria editorial na evolução da Europa moderna, o próximo tópico abordado por Thompson (2008) tenha sido o surgimento do comércio de notícias. Sob esta ótica, o texto remete às comunicações de rede que ocorriam anteriormente à imprensa, com destaque para quatro áreas: a primeira controlada pela Igreja, a segunda pelos estados, a terceira ligada à expansão da atividade comercial e a última às redes de comerciantes. Além disso, o estabelecimento de serviços postais regulares e o uso da imprensa na produção e disseminação de notícias foram fatores que ajudaram a desenvolver as redes de comunicação. (Thompson, 2008, pp. 63–64). Desse modo, os jornais primeiramente passam a abordar conteúdos externos e, com o tempo, também os domésticos. Ademais, a censura e o controle, muitas vezes falho, resultaram no aumento do interesse público por notícias atualizadas sobre as atividades políticas internas, o que demonstrou a possibilidade de influência nos negócios do Estado. Este tema é, por fim, concluído com o autor falando sobre a importância da liberdade

de expressão e de opinião através da imprensa e o fato disso ter se tornado uma questão constitucional em muitos estados ocidentais.

Ainda neste Capítulo 2, é desenvolvida uma discussão acerca da teoria de uma esfera pública. De modo geral, Thompson (2008) acredita que, entre o domínio da autoridade pública ou do estado, de um lado, e o domínio privado da sociedade civil e das relações pessoais, de outro, surgiu um novo círculo de “público”. A saber, a esfera pública burguesa consistia em indivíduos que se reuniam para debater entre si as normas da sociedade civil e da condução do Estado. Ou seja, não faziam parte do Estado e as suas atividades eram confrontadas e sujeitas à crítica. Neste trecho de sua argumentação, Thompson (2008) cita Habermas, que traz, além do conceito de “esfera pública”, o fato de sua criação ter sido estimulada pela imprensa periódica e por condições políticas favoráveis. A partir deste diálogo com o sociólogo alemão, a principal crítica de Thompson (2008) à esfera pública é o fato da massa da população ser excluída da discussão ampla de interesse comum e do processo de tomada de decisão, sendo tratada como recurso manipulável que os líderes governamentais podem utilizar para extrair aprovação suficiente para legitimar seus programas políticos.

Por fim, ao final do capítulo, Thompson (2008) aborda o crescimento das indústrias da mídia, elencando três tendências: a transformação das instituições da mídia em interesses comerciais de grande escala; a globalização da comunicação; e o desenvolvimento das formas de comunicação eletronicamente mediadas. Com isso, ele destaca que o desenvolvimento e a exploração destas várias tecnologias se interligam de formas complexas como os poderes econômico, político e coercitivo.

Capítulo 3—O advento da Interação Mediada

Dando ênfase ao título do capítulo, o teor do texto de Thompson (2008) nesta parte de seu livro refere-se à análise argumentativa de que o uso dos meios de comunicação criou novas formas de ação e de interação no mundo moderno. Para tanto, ele divide tipos de interação, distinguindo-os e nomeando-os da seguinte forma: “interação face a face”, “interação mediada” e “quase-interação mediada”.

Uma vez que a proposta avaliativa do texto que está sendo aqui elaborado, decorre da apresentação resumida do livro, irei me ater apenas na quase-interação mediada, pois as principais diferenças entre esta e as demais apresentarei nas considerações finais.

A quase-interação mediada implica em uma variada e extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico, possuindo, através de caráter interativo monológico e separação dos contextos espaço-temporais, a possibilidade de produção de conteúdos a diversos receptores potenciais e disseminação informativa em larga escala através dos meios de comunicação de massa. Sendo assim, utilizando a Televisão como meio técnico exemplificativo, Thompson (2008) apresenta de forma detalhada como ocorre a organização social da quase-interação mediada, o que envolve: a separação entre produção e recepção; a busca dessa modalidade interativa em diminuir as barreiras espaço-temporais entre os produtores e receptores; técnicas de aumento de monitorização reflexiva; e, por fim, através deste contínuo processo de produção e feedback, a manutenção da audiência.

Finalizado a etapa da análise das formas de interação, para encerrar o capítulo, o autor inicia a análise dos tipos de ações

trazidas pela evolução dos meios de comunicação, limitando-se ao meio televisivo como foco conceitual nas observações dessas atividades à distância. De todo modo, constata-se que a forma de ação à distância à qual o autor auferiu maior parte do texto foi o “destino receptor”. A sua modalidade direta, por exemplo, quase não é utilizada atualmente. Contudo, líderes políticos podem se aproveitar de situações extraordinárias para passar por cima dos canais de difusão de informação e dirigir-se diretamente ao povo, transmitindo uma mensagem presidencial ou ministerial com caráter essencialmente pessoal, utilizando do ato solene para desvio de finalidade, exemplificado no texto como manobra e marginalização da oposição. Devendo o líder e a equipe de produção ter cuidado e buscar o equilíbrio entre solenidade e intimidade (Thompson, 2008, pp. 93–94).

Por outro lado, a forma indireta de destino receptor é conceituada por Thompson (2008) como uma forma de apresentação de conteúdo simbólico entre produtores através de uma interação face a face com o foco de apresentar sentido indiretamente a uma variedade de receptores ausentes, tendo como exemplos: entrevistas, debates, dentre outros.

Por fim, o autor aborda a ação responsiva, que é decorrente de atos que podem ser gerados posteriormente à recepção da informação em contextos diversos – podendo ser individual, coletiva e concertada – e posterior a elaborações discursivas, mediações estendidas e organizações sociais prévias.

Capítulo 04–A transformação da Visibilidade

Neste quarto capítulo, Thompson (2008) continua sua linha de raciocínio, a partir da qual explora o impacto dos meios de

comunicação na relação entre o público e o privado e na mudança do vínculo entre a visibilidade e o poder. Mais especificamente, o autor reflete acerca dos problemas da visibilidade do poder, exposto através da mídia na área política.

O capítulo é iniciado com a análise desta transformação da visibilidade na era moderna, com o autor observando criticamente como as mudanças na tecnologia dos meios de comunicação alteraram a forma como as pessoas e eventos são visualizados pelo público. A visibilidade – que anteriormente estava limitada a interlocuções face a face, em encontros restritos ou eventos públicos (Thompson, 2008, p. 109) – tornou-se mediada por tecnologias que propiciam a transmissão e a reprodução de conteúdo simbólico e de informações em larga escala nas sociedades modernas, sendo exigido dos líderes políticos preparo e adaptação a este novo tipo de visibilidade. A partir disso, a transformação da visibilidade é discutida no texto com base na conceituação inicial de associação à presença física, ou seja, na noção de que, para ser visível, faz-se necessário presença em espaços públicos. Todavia, este fato foi mitigado posteriormente, a partir da evolução dos meios de comunicação, dissociando a visibilidade da necessidade de presença física e tornando possível se fazer visível a um público vasto sem necessariamente estar presente fisicamente, o que passou a ser possível através da utilização de veículos de publicidade mediada.

Posteriormente, no mesmo capítulo aludido, são tratadas as diferenças entre público e privado, por meio de uma análise de que o primeiro teria relação com o termo “aberto” ou “acessível ao público” e o segundo denotaria a ideia do que se esconde da vista dos outros, fazendo uma dicotomia com visibilidade *versus*

invisibilidade. (Thompson, 2008, p. 112). Além disso, são avaliados também os impactos que a transformação da visibilidade trouxe para a política e para a vida pública. Notadamente, o autor retrata que, na era pré-moderna, o recurso da visibilidade era escasso e de difícil controle. Na modernidade, por outro lado, por meio da publicidade mediada, a visibilidade passou a ser produzida e controlada através da mídia. A imagem de um político, como foco da análise textual, passou a ser transmitida para milhões de pessoas através da televisão e das mais recentes formas de comunicação eletrônica (Thompson, 2008, p. 117). Desse modo, a sua imagem passou a ser cuidadosamente controlada pelos produtores e assessores da imprensa, tanto no que diz respeito à visibilidade e a invisibilidade, quanto em relação à capacidade de ver e de ser visto (Thompson, 2008, p. 118).

Com base nisso, a administração da visibilidade se tornou uma mercadoria passível de ser controlada e administrada, tendo os novos meios de comunicação utilizados por políticos tanto como um veículo de promulgação de decretos oficiais, quanto um meio de projetar uma imagem pessoal. Assim, tal atividade tornou-se um aspecto inevitável na política moderna, sendo utilizada em períodos de campanhas eleitorais e passando a fazer parte da própria arte de governar (Thompson, 2008, p. 124).

Na conclusão deste capítulo, os conceitos elencados no texto induzem o leitor à ideia de que a administração técnica e estratégica da visibilidade dos governantes pode ser encarada analiticamente como uma privatização do espaço público, partindo do preceito de que o espaço público, que deveria ser um lugar de debate através de interações face a face, tornou-se dominado por interesses privados que controlam o que é visível ou não.

Capítulo 5–A Globalização da Comunicação

No capítulo 5 da obra em análise, Thompson (2008) remete às características e consequências da visibilidade do poder em escala global, em virtude do desenvolvimento dos meios de comunicação e do processo de globalização. Nessa perspectiva, o autor explora o impacto das novas tecnologias de comunicação na reconfiguração das relações sociais em escala global e analisa como todas as formas de poder (econômico, político, coercitivo e simbólico) contribuíram e foram afetados pela globalização. Além disso, ele discute como a comunicação mediada pela tecnologia contribuiu para a criação de uma esfera pública global e para o surgimento de novas formas de interação social, a partir das quais as distâncias geográficas tornam-se menos relevantes. Para embasar esta discussão, ele aborda a transformação dos meios de comunicação ao longo do tempo, desde a invenção da imprensa até a revolução digital, dando ênfase a como essas mudanças permitiram que a informação circulasse de maneira mais rápida e ampla. Sobre este aspecto em específico, o autor ressalta que, embora as origens da Globalização da Comunicação possam remeter a meados do século XIX, este processo é tipicamente um fenômeno do século XX, pois foi durante este século que o fluxo de comunicação e de informação em escala global tornou-se uma característica regular e penetrante da vida social (Thompson, 2008, p. 143).

Antes de concluir essa reflexão de cunho histórico em seu obra, Thompson (2008) também analisa o papel das indústrias culturais e das corporações de mídia na globalização, ressaltando como essas entidades moldam a cultura global ao difundir conteúdos que atravessam fronteiras nacionais, nas quais as culturas tradicionais são

destruídas através da invasão de valores ocidentais (Thompson, 2008, p. 148). Em resumo, o capítulo destaca o papel fundante das tecnologias de comunicação na formação de uma cultura globalizada e a busca por uma teoria da globalização da mídia.

Capítulo 6–A Nova Ancoragem da Tradição

No capítulo 6 da obra *A mídia e a modernidade*, são analisados os efeitos que o desenvolvimento dos meios de comunicação produziram na vida diária dos indivíduos, investigando especificamente se a mídia ajudou a minar as formas tradicionais de convivência humana ou se enfatizou as tradições proporcionando aos indivíduos novas fontes de identidade, remotas ao seu local particular. Acerca disso, o autor chama a atenção para o fato de as tradições não terem desaparecido completamente na modernidade. Na visão dele, o que ocorre é uma reinterpretação, reafirmação e renovação de entendimento no contexto atual.

Nesse contexto, o papel da mídia é tanto o de transmitir tradições, quanto o de moldar a forma como elas são entendidas e praticadas. Ou seja, a mídia foi usada efetivamente à serviço da tradição, desde, por exemplo, a difusão das bíblias impressas. Assim, o desenvolvimento da mídia não conduziu à extinção da tradição, mas a transformou fundamentalmente, o que corrobora a participação e a força da mídia no papel de transmitir e de adaptar as tradições.

Na parte final do capítulo, Thompson (2008) analisa como o “desenraizamento” ou “deslocamento” das tradições impactou sua perpetuação e adaptação na modernidade, tratando o desenraizamento como à liberação das tradições dos limites impostos pela

transmissão oral e pela interação face a face, que antes restringiam seu alcance a contextos locais e específicos. Por fim, o autor sugere que a análise da relação entre mídia e modernidade deve levar em consideração a forma como as tradições são mantidas e modificadas na era moderna. Em síntese, a “nova ancoragem” pautada em várias partes do texto indica que, embora as tradições possam ser transformadas pela mídia, elas são essenciais na experiência social e cultural.

Capítulo 7–O Eu e Experiência num Mundo Mediado

Este sétimo capítulo é voltado à visão crítica de Thompson (2008) acerca da natureza do eu e das maneiras pelas quais o processo de formação é afetado pela profusão de materiais da mídia. Mais precisamente, são enfatizadas as formas pelas quais a mídia influencia a construção da identidade pessoal e da experiência subjetiva na modernidade

Thompson (2008) inicia seu pensamento por meio do entendimento de que a mídia desenvolve uma forma de intimidade não recíproca, distinta da mutualidade das interlocuções frente a frente (Thompson, 2008, p. 181), remetendo ao papel essencial que a mídia desempenha na formação da identidade pessoal (self). Outra concepção elencada pelo autor remete a modelos e imagens trazidos pelas representações midiáticas, os quais apresentados constantemente e de formas diferentes podem contribuir na maneira como os indivíduos se veem e até criar uma identidade mais reflexiva e fragmentada. Desse modo, além de informar, estas representações podem moldar a forma como as pessoas entendem e vivenciam sua realidade.

Thompson (2008) traz, durante todo o capítulo, diversas citações ao chamado “Mundo Mediado”, denotando que, na experiência midiática cotidiana, as percepções e interpretações dos eventos são frequentemente filtradas através das representações midiáticas. Isso aponta para as considerações finais do autor para este capítulo, segundo as quais, o “Mundo Mediado” cria um lugar de vivência onde as experiências individuais são moldadas e interpretadas pela mídia (Thompson, 2008, p. 202).

Capítulo 8–A Reinvenção da Publicidade

No capítulo 8 da obra em evidência, avalia-se o caráter normativo dos meios de comunicação e o papel que as instituições da mídia podem e devem ter na formação de um modo de vida. Nesse sentido, o autor remete ao pensamento de que devemos reinventar a ideia de público de modo a refletir as complexas interdependências do mundo moderno e a reconhecer a crescente importância das formas de comunicação e interação que perderam o caráter imediato da interação face a face (Thompson, 2008, p. 205).

Um dos tópicos centrais deste capítulo final é a análise do questionamento acerca do que significa reinventar a publicidade. Para tal, o argumento inicial seria a separação entre o público e o privado, descrevendo que esta reinvenção deveria ser feita em duas fases: uma que iniciaria na criação de novas formas de vida pública longe do Estado; e outra que consistiria em mudar a forma de pensar sobre política e adaptar as práticas de comunicação de massa às condições sociopolíticas do século XX (Thompson, 2008, p. 206).

Para sistematizar estas ideias, o autor descreve as consequências deste novo tipo de publicidade, mediada para a condução e

para o conteúdo da política. Primeiramente, ele situa a reinvenção da publicidade em um contexto mais amplo de debates sobre a natureza da política e do estado, que implicaria na criação de novas formas de vida pública que estão fora da alçada pelo estado. Para Thompson (2008), público e privado disputam as regras de controle dos meios de comunicação. Um dos exemplos disso é que o conceito de liberdade de imprensa fez com que surgissem os verdadeiros conglomerados de comunicação, com interesses numa diversificada teia de atividades da mídia.

Dando continuidade, Thompson (2008) desenvolveu uma linha de raciocínio pautada no fato da reinvenção da publicidade exigir que seja superada a noção tradicional desta como co-presença, explorando a relação entre a publicidade e o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, como jornais, rádio e televisão. Além disso, Thompson (2008) destaca ainda como esses meios possibilitaram a disseminação em larga escala das mensagens publicitárias, amplificando seu impacto. Por fim, analisa o desenvolvimento da publicidade mediada em relação à sua contribuição para uma transformação geral da natureza do poder e da política nas sociedades modernas. De modo geral, a análise gira em torno da renovação da política democrática. Em primeiro lugar, reflete-se acerca de como a democracia tornou-se a única ideia capaz de garantir o exercício legítimo do poder político no século XX (Thompson, 2008, p. 216). É importante destacar que a ideia de democracia aqui é vista como uma premissa para administração dos negócios humanos e como um princípio de organização política do poder, assegurando responsabilidade dos governantes perante aqueles que eles governavam e remetendo o desenvolvimento da democracia ao progresso da economia de mercado e das instituições econômicas autônomas.

Nesse contexto, o autor destaca, por outro lado, que o avanço da democracia representativa criou uma série de problemas, tais como: desencanto e recusa de participação do sistema; desigualdades geradas pelo mercado; regras limitantes de poder dos partidos políticos; e a atual forma por meio da qual a democracia foi institucionalizada.

Não é o propósito deste texto analisar os problemas da democracia no estado moderno, mas é possível abstrair que, de fato, para Thompson (2008), as condutas realizadas pelos governantes em relação aos problemas elencados são enormes e que, do ponto de vista moral, há muito para se dizer em favor deste modelo de democracia direta e participativa. Contudo, argumenta-se que, em localidades maiores, com maior fluxo de decisões a serem tomadas, somado à crescente intercomunicabilidade do mundo moderno, o modelo de democracia direta e participativa dificilmente logrará êxito, sendo proposto alternativamente, para fortalecimento do ideal democrático, o que o autor chama de “democracia deliberativa” (Thompson, 2008, p. 220), conceito analisado pelo autor a partir de afirmações referentes às possibilidades de preservação e elaboração do pensamento democrático e do enfrentamento de armadilhas potenciais.

Vale ressaltar que o principal conceito que emerge nesta etapa do texto consta na ideia de que a concepção deliberativa de democracia não é necessariamente uma concepção dialógica. Neste tipo de democracia, é possível que canais de quase-interação mediada possa estimular a deliberação, de modo até superior à interação face a face, indicando que o processo de providência e de formação de juízos de valor independem de uma relação privilegiada com a forma dialógica de intercâmbio simbólico.

Desse modo, Thompson (2008) conclui o texto apresentando os desafios enfrentados pela ideia de democracia deliberativa, os quais remetem para a necessidade de novos modos de expandir e de institucionalizar os processos decisórios e novos mecanismos para alimentar os resultados da deliberação, buscando encontrar maneiras de aprofundar o interesse democrático. Em suma, para Thompson (2008), as instituições da mídia têm um papel importante no desenvolvimento da democracia deliberativa e o incentivo à diversidade e ao pluralismo da mídia é uma condição essencial ao seu desenvolvimento.

Considerações finais

Os conceitos analíticos de poder, contidos no texto *A mídia e a modernidade*, de John B. Thompson (2008), tornam-se interessantes para várias pesquisas em desenvolvimento no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da UFRN, haja vista que o autor descreve o termo, por si só, como a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses e de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências. Somado a isto, o poder político seria uma atividade de coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de sua interação dentro de um espaço circunscrito; e, por fim, o poder simbólico seria visto como transmissão e recepção do significado de formas simbólicas.

No segundo capítulo do texto, foi visto a importância dos meios de comunicação; a possibilidade de informação à população dos atos executados pelo estado; as repercussões políticas, econômicas, culturais e sociais; e a tentativa estatal em restringir e controlar a indústria editorial como manobra de controle de visibilidade.

No capítulo 3, apresentou-se conceitos relacionados à televisão como forma de apresentar conteúdos simbólicos a pessoas em locais diversos ao que ocorre os feitos, relacionando a utilização da ação “destino receptor direto” ao tema.

O capítulo subsequente remonta à análise dos impactos dos meios de comunicação na relação entre o público e o privado e na mudança do vínculo entre a visibilidade e o poder. Mais precisamente, são explorados os problemas da visibilidade do poder expostos através da mídia na área política, trazendo a necessidade de uma reflexão crítica sobre como a informação é administrada e quem tem o poder de decidir o que se torna visível. Isso porque a privatização do espaço público, através do controle da visibilidade, representa uma ameaça a esse ideal de democracia, uma vez que concentra o poder de moldar a realidade nas mãos de poucos, em detrimento de uma sociedade justa e inclusiva.

O capítulo que aborda a reinvenção da publicidade apresenta conceitos interessantes aplicados ao contexto das campanhas eleitorais, do maior alcance da mídia a um vasto grupo de eleitores e da capacidade da publicidade em moldar percepções e de influenciar comportamentos, o que pode ser fundamental em uma eleição.

De modo geral, o texto analisado nos alerta que a capacidade em potencial para a manipulação de informações, a velocidade na disseminação de *fake news* e a criação de bolhas informativas são desafios que nosso sistema político precisa enfrentar. Para tanto, faz-se necessária uma reflexão mais aprofundada acerca do assunto, a atualização contínua da legislação e a implementação de políticas de informação mais amplas voltadas para a tema da mídia no contexto atual.

Referência bibliográfica

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2008.



John Thompson e o fenômeno do *Buzz*:

a mídia como agente na promoção de *O Exorcista*

Lara Paiva de França¹

Introdução

A mídia desempenha um papel crucial na sociedade contemporânea, atuando não apenas como veículo de informação, mas também como uma força ativa na construção da realidade social. John B. Thompson, em sua obra *A Mídia e a Modernidade*, discute como a mídia molda percepções, valores e comportamentos, posicionando-se como um agente central na mediação simbólica da experiência humana (Thompson, 1998).

Um exemplo marcante dessa dinâmica é a divulgação do filme de terror *O Exorcista*, lançado em 1973, que utilizou a mídia de forma eficaz para gerar curiosidade e controvérsia, transformando-se em um evento cultural de grande impacto. No Brasil, o filme foi liberado apenas em 1974, quando o Governo Militar (1964-1985) permitiu sua exibição após atender aos cortes demandados pelos censores.

¹ Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: brechandoblog@gmail.com

O Exorcista é um marco na história do cinema, com influência significativa em diversos aspectos culturais e sociais desde sua *avant-première* em 1973. Midiaticamente, chamou atenção por conta da reação do público e dos críticos de cinema. Primeiramente, por ser o único filme de terror a receber indicação ao Oscar de Melhor Filme em 1973, além de ser uma das primeiras obras a trazer o cristianismo e possessões demoníacas, temas que ainda eram considerados tabus pela instituição religiosa (Adoro Cinema, 2011).

Diante disso, surgiu o interesse em pesquisar e responder à seguinte pergunta: Como os jornalistas abordaram o filme *O Exorcista* (1973) na cidade de Natal?

Conforme mencionado, no Brasil, inicialmente, o filme foi censurado devido ao seu tema, sendo liberado somente em 1974, após cumprir as exigências dos censores (Macedo, 1974a). Dessa forma, este estudo visa compreender, por meio da repercussão midiática acerca de sua estreia, como Natal (RN) recebeu o referido filme em seus cinemas e quais as mudanças nas práticas sociais causadas por esse fenômeno na capital potiguar.

O jornalista Paulo Macêdo (1975) relatou em sua coluna homônima que a exibição do filme foi bastante solicitada, chegando a receber telefonemas pedindo para que o dono do Cine Rio Grande, Moacyr Maia, exibisse a obra.

Doberstein (2011), por meio de uma análise bibliográfica, constatou que a Divisão de Censura de Diversão Pública (DCDP), responsável por analisar filmes, peças teatrais e outros tipos de entretenimento, buscava garantir que as obras estivessem consoantes com os ideais governamentais ou, caso contrário, se contrapassem à moral e aos bons costumes, na perspectiva do Poder Executivo. Dessa forma, Carneiro (2013) vai nos dizer que

mais de seis mil obras foram avaliadas, incluindo *O Exorcista* (1973), que figurou na lista das 37 produções submetidas à censura em 1973.

Seguindo esse fluxo, ainda em acordo com Doberstein (2011), filmes como *O Último Tango em Paris* (1972), de Bernardo Bertolucci, as obras de Pasolini, *Decameron* e *Os Contos de Canterbury*, e, agora, *O Exorcista*, devido ao seu alto realismo, ainda não eram considerados aptos para todo o público.

Para as necessidades deste estudo, metodologicamente adotaremos as técnicas que Thompson (1998) identifica como características da mídia moderna e analisaremos a relação entre suas teorias e as estratégias de marketing empregadas na promoção de *O Exorcista* (1973) em Natal-RN) na época de seu lançamento nos cinemas. Sendo assim, a presente pesquisa busca demonstrar como a mídia, ao explorar temas sensíveis e emocionais, pode transformar um produto cultural em um fenômeno social, influenciando significativamente a percepção pública.

A mídia e a modernidade pela perspectiva de Thompson

John B. Thompson (1998), em *A Mídia e a Modernidade*, apresenta uma análise detalhada do papel da mídia na sociedade contemporânea. Para tanto, ele argumenta que a mídia é mais do que simples transmissora de informações; ela atua como um sistema de produção e distribuição simbólica que influencia profundamente como indivíduos e comunidades interpretam o mundo ao seu redor (Thompson, 1998, p. 30).

Segundo o autor supracitado, a modernidade é caracterizada pela descontextualização da informação, na qual os significados são transmitidos e reinterpretados fora de seus contextos

originais. A mídia, nesse processo, serve como mediadora, reorganizando e redefinindo esses significados para atender aos interesses de diferentes públicos.

O mesmo autor também destaca a capacidade da mídia de criar realidades compartilhadas, moldar identidades e mediar relações de poder. Essa manipulação simbólica é central para entender como a mídia pode influenciar percepções e transformar eventos culturais em fenômenos de massa. Ele enfatiza, por exemplo, que a mídia moderna tem o poder de tocar em emoções profundas e complexas, manipulando o comportamento das massas (Thompson, 1998, p. 45).

No capítulo em que discute o advento da interação mediada, Thompson (1998) explora a relação entre interação social e desenvolvimento dos meios de comunicação, nos quais os meios de comunicação de massa emitem suas mensagens sem um destinatário definido. Mais especificamente, ele afirma que este tipo de interação se configura como:

uma situação estruturada na qual alguns indivíduos se ocupam principalmente na produção de formas simbólicas para outros que não estão fisicamente presentes, enquanto estes se ocupam em receber formas simbólicas produzidas por outros a quem não podem responder, mas com quem podem criar laços de amizade, afeto e lealdade (Thompson, 1998, p. 80).

Além disso, a obra de Thompson (1998) contribuiu para a forma de apreciação do cinema, enaltecendo sua prática social, tornando o ato de assistir a um filme um fenômeno mais complexo, conforme discutido no próximo tópico.

A Divulgação de *O Exorcista* como um Evento Social

O Exorcista, obra dirigida por William Friedkin, lançada em 1973, exemplifica como a mídia pode ser utilizada para criar um evento cultural. A campanha de marketing do filme incluiu reportagens sobre reações extremas do público, como desmaios e ataques de pânico, que foram amplamente divulgadas e, muitas vezes, ampliadas pela mídia. A divulgação do filme foi cuidadosamente planejada para explorar o medo e a curiosidade do público, utilizando técnicas que Thompson descreve em sua análise sobre a modernidade.

Desse modo, essas narrativas contribuíram para a criação de uma atmosfera de mistério e terror em torno do filme, aumentando seu impacto emocional sobre os espectadores concomitante ao desejo em assistir uma obra aterrorizante. Ou seja, a mídia, ao repetir essas histórias, ajudou a consolidar *O Exorcista* como um fenômeno cultural, atraindo um público ainda mais interessado em experimentar pessoalmente o medo descrito nos relatos (Lacerda, 2005).

O termo *buzz* é amplamente utilizado no campo do marketing e refere-se aos rumores e à agitação em torno de um produto, evento, pessoa ou tema específico, especialmente no contexto da mídia em geral, incluindo os atuais fenômenos das redes sociais. Ele é caracterizado pela disseminação rápida de informações, popularização ou novidades, que são compartilhadas e discutidas entre muitas pessoas, gerando uma corrente contínua de conversas que amplia a visibilidade e o interesse pelo assunto.

De acordo com Kotler e Keller (2012), o *buzz* também pode ser descrito como uma forma de comunicação que emerge quando o público começa a falar espontaneamente sobre um

determinado assunto, geralmente impulsionado por campanhas de marketing que buscam estimular esse tipo de reação. O engajamento social é uma das principais características do *buzz*, uma vez que envolve a participação ativa das pessoas em discussões, compartilhamentos e comentários, o que, por sua vez, aumenta a exposição do tema.

O impacto do *buzz* na popularidade de um produto ou serviço pode ser significativo. Quando bem-sucedido, ele pode gerar uma onda de interesse que eleva consideravelmente a atenção pública e, conseqüentemente, os resultados comerciais. Por este motivo, o *buzz* é frequentemente associado ao marketing viral, uma estratégia em que o conteúdo é deliberadamente criado para ser altamente compartilhável, visando gerar conversas espontâneas e amplas sobre um tema (Kotler; Keller, 2012).

Assim, o *buzz* tanto amplia a visibilidade de um produto ou evento, quanto influencia diretamente a percepção e o comportamento do público, tornando-se uma ferramenta essencial no marketing contemporâneo. No caso de *O Exorcista*, houve um entusiasmo excitante em torno do filme, amplamente divulgado pela mídia, o que contribuiu significativamente para o seu sucesso, transformando-o em um fenômeno cultural (Lacerda, 2005).

Anteriormente, na concepção de Thompson (1998), as tradições estavam enraizadas em locais específicos, onde os indivíduos interagem uns com os outros. Com o desenvolvimento da mídia, essas tradições foram gradualmente desenraizadas e o elo que as mantinha ligadas a lugares específicos de interação face a face foi enfraquecido.

A curiosidade e o medo como ferramentas de mediação simbólica

Conforme exposto nos tópicos anteriores, um dos aspectos mais poderosos da divulgação de *O Exorcista* foi a maneira como a mídia explorou a curiosidade e o medo. Esses sentimentos são fundamentais na psicologia humana e foram habilmente utilizados para atrair o público ao filme. Acerca disso, Thompson (1998) destaca que a mídia moderna tem a capacidade de tocar em emoções profundas e complexas, manipulando o comportamento das massas (Thompson, 1998, p. 60).

No caso do filme de terror destacado neste trabalho, a curiosidade em torno dos efeitos psicológicos do filme, amplamente noticiados, gerou um efeito de boca a boca que aumentou exponencialmente sua popularidade. As reações extremas do público foram transformadas em um mito, alimentado pela mídia, que fez do filme um *must-see* (precisa ver) para aqueles interessados em experimentar essa intensidade emocional. A mídia, assim, criou uma expectativa coletiva que foi decisiva para o sucesso comercial do filme.

Além disso, a utilização de reportagens acerca da obra e a criação de uma aura de mistério em torno das filmagens e do enredo contribuíram para a construção de uma narrativa que transcendia a tela grande, fazendo com que *O Exorcista* se tornasse—conforme já mencionado anteriormente—um fenômeno cultural (Lacerda, 2005).

No início de 1974, mais precisamente em 26 de janeiro, o *Diário de Natal* já dava sinais de despertar a curiosidade acerca do filme sobre possessão demoníaca em questão. Uma matéria na coluna Geléia Geral foi cuidadosamente implementada

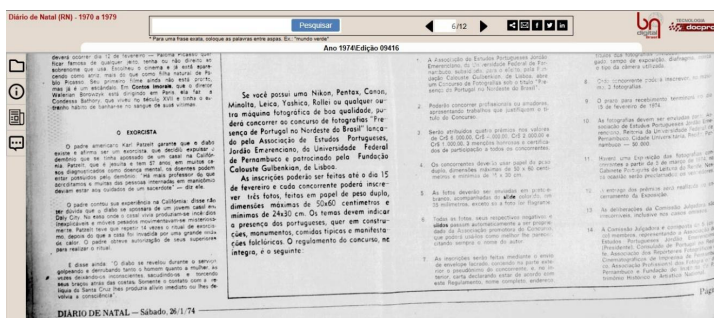
e continha em seu enredo um fato aparentemente verídico ocorrido na Califórnia, nos Estados Unidos. No relato, um padre se apresentava como exorcista, defendia a existência real de Belzebú e afirmava ter causado a expulsão de demônios que tinham se apossado de um casal local. Na nota do jornal natalense, temos o seguinte relato:

O padre contou sua experiência na Califórnia: disse não ter dúvida que o diabo se apossara de um jovem casal em Daly City. Na casa em que o casal vivia produziam-se incêndios inexplicáveis e móveis pesados movimentavam-se misteriosamente. Patzelt teve que repetir 14 vezes o ritual de exorcismo, depois do que a casa foi invadida por uma grande onda de calor. O padre obteve autorização de seus superiores para realizar o ritual. E disse ainda: “O diabo se revelou durante o serviço golpeando e derrubando tanto o homem quanto a mulher, às vezes deixando-os inconscientes, sacudindo-os e torcendo seus braços atrás das costas. Somente o contato com a relíquia da Santa Cruz lhes produzia alívio imediato ou lhes devolvia a consciência”. (Macedo, 1974a, p. 6).

Ao analisarmos o trecho acima percebemos que se trata de uma região dos EUA que em muito se assemelha geograficamente ao nordeste brasileiro, em especial a cidade de Natal. A jovialidade do casal parece pôr em xeque qualquer faixa etária e o individualismo pessoal. A casa e os móveis abraçam camadas mais profundas de um lugar não seguro, o próprio lar, e questões de ordem supervisionadas por superiores atribuem um caráter de maior prestígio ao ritual – com a presença de símbolos sagrados do catolicismo, como fragmentos da cruz do calvário – para poder

se realizado. Toda a narrativa reforça a ideia de corpos assujeitados a invasões que desequilibram e destroem vidas. O que O Exorcista teria para nos mostrar? Aumenta-se o desejo e a curiosidade em saber a resposta.

Imagem 1 – Print do *Diário de Natal* de 26 janeiro de 1974, disponibilizado online.



Fonte: *Diário de Natal* (Reprodução de acervo digital).

Seis meses depois, no dia 06 junho 1974, para citar mais um exemplo, o *Diário de Natal* publicou outra nota na coluna Geleia Geral, assinada pelo seu jornalista responsável, Djair Dantas Pereira de Macedo, acerca de um livro falsificado e vendido nas livrarias sudestinas. Sob o título *O falso Exorcista*, o texto revela o seguinte:

O mercado de livros brasileiro está começando a despertar como um ótimo negócio. De outra forma, não se justificaria a falsificação da sétima edição de *O Exorcista*, descoberto há poucos dias em várias livrarias do Rio e São Paulo. Até agora, ninguém sabe de onde partiu a falsificação, embora haja fortes suspeitas de que uma livraria paulista seja culpada. O livro é um pouco menor que o verdadeiro, tem apenas duas costuras, ao invés de três,

a fotografia da capa mostra uma tonalidade mais clara e a contracapa está borrada. A edição foi fotografada da original e reproduzida em offset. (Macedo, 1974b, p. 6).

O excerto acima revela detalhes de como o público pode reconhecer uma obra falsificada, diminuindo a probabilidade de cair no golpe. Ao passo que estimula a curiosidade acerca de um imaginário que permeia o universo ficcional de *O Exorcista*, uma vez que, do livro ao filme, a matéria denota que inúmeras pessoas estão em busca de consumi-lo.

Imagem 2 – Print do *Diário de Natal* de 6 junho de 1974, disponibilizado online.



Fonte: *Diário de Natal* (Reprodução de acervo digital).

Mesmo diante de toda esta repercussão prévia, foi somente em 3 de agosto de 1974 que *O Exorcista* foi anunciado como um filme liberado pela censura brasileira. Na capital potiguar, o *Diário de Natal* exibiu um pequeno trecho sobre esse fato. “O Exorcista, o filme mais comentado do momento e que estava rigorosamente proibido no Brasil, acaba de ser liberado pela censura, que depois de exibí-lo em caráter especial para destacadas autoridades em Brasília o considerou excelente”. (Macedo, 1974c, p. 2).

Celeumas a parte, nada mais macabro que um Regime Militar opressor definir algo como bom para sua população assistir. Era a posse da cultura em seu cortejo de horrores.

Imagem 3 – Print do *Diário de Natal* de 3 agosto de 1974, disponibilizado online.



Fonte: *Diário de Natal* (Reprodução de acervo digital).

Desse modo, a mídia local atuou como mediadora simbólica, manipulando a percepção pública e criando um espaço onde o temor e a excentricidade coexistiram para impulsionar o interesse do espectador e a popularidade do filme. Para Thompson (1998), essa interação simbólica e social pode estar atrelada ao conceito de tietagem. Acerca disso, ele afirma que:

A tietagem tem outras atrações também, a mais importante é a possibilidade de se tornar parte de um grupo ou comunidade, de desenvolver uma rede de relações sociais com outros que compartilham a mesma orientação. A comunidade de fãs é bastante distinta de outros tipos de comunidade. É uma comunidade que não se restringe a um lugar particular. Fãs podem se reunir de tempo em tempo, como quando se encontram em concertos ou

convenções, mas sua associação não se baseia na partilha de um local comum. Por isso, muitas formas de comunicação mediada — cartas, informativos, telefone, computadores, etc. — são importantes para o desenvolvimento da comunidade de fãs. Esta é uma comunidade com a qual os indivíduos podem se envolver profundamente em níveis pessoal e emocional. (Thompson, 1998, p. 118).

Assim, tornar-se fã é uma maneira de estender e consolidar a relação de intimidade não recíproca. Contudo, uma das atrações mais importantes desse processo é a possibilidade de se tornar parte de um grupo ou comunidade, de desenvolver uma rede de relações sociais com outros que compartilham a mesma orientação. Thompson (1998) ressalta a importância das comunidades de fãs como testemunho do fato de que ser fã faz parte do projeto de formação do *self* (personalidade própria).

Por outro lado, casos-problemas são apontados, como a dependência compulsiva deste estado, em que o *self* vai sendo paulatinamente absorvido pelo mundo do fã, desencadeando dificuldades na percepção da distinção entre os dois mundos. Quando o projeto de *self* se torna inseparável da experiência de ser fã e passa a ser modelado por ela, as narrativas se fundem. Essa fusão do *self* com o outro (o mundo do fã com o mundo da vida cotidiana) faz com que o indivíduo sinta que está perdendo o controle de sua vida.

Considerações finais

A utilização do burburinho (*buzz*) e da criação de narrativas amplificadas é uma manifestação prática das teorias de Thompson (1998). A mídia, ao explorar temas como o sobrenatural e o mal, que são profundamente enraizados no inconsciente coletivo,

conseguiu criar uma experiência compartilhada de medo e ansiedade entre os espectadores em potencial do filme *O Exorcista* mesmo antes de seu lançamento oficial no Brasil. Esse processo não apenas promoveu o filme, mas também contribuiu para a construção de um mito em torno dele, fortalecendo a sua posição na cultura popular.

Thompson (1998) também discute a descontextualização da informação pela mídia, na qual os significados são manipulados e reconfigurados para atender aos interesses dos diferentes públicos (Thompson, 1998, p. 80). No caso de *O Exorcista*, a mídia utilizou essa capacidade para criar uma narrativa que não apenas promovia o filme, mas também reforçava certos valores culturais e temores sociais, como o medo do desconhecido e do sobrenatural.

A análise da relação entre *A Mídia e a Modernidade* de John B. Thompson e a divulgação de filmes de terror, como *O Exorcista*, revela a profunda influência da mídia na construção de fenômenos culturais. Thompson demonstra que a mídia não apenas reflete a sociedade, mas a molda ativamente, utilizando técnicas de mediação simbólica que exploram emoções humanas fundamentais. A campanha de divulgação de *O Exorcista* exemplifica como a mídia pode transformar um filme em um evento cultural de grande impacto, utilizando o medo e a curiosidade como ferramentas para manipular o comportamento do público.

Frente a isso, este artigo destaca a necessidade de uma compreensão crítica dos mecanismos de manipulação simbólica que operam nos meios de comunicação. Ao reconhecer o papel da mídia na criação e disseminação de significados culturais, é possível desenvolver uma consciência mais profunda sobre como nossas percepções e comportamentos são influenciados por forças

externas. Dessa forma, a obra de Thompson (1998) demonstra ser uma referência valiosa para os estudos da mídia na modernidade, principalmente no que diz respeito a sua capacidade de moldar a realidade social.

Referências bibliográficas

ADORO CINEMA. **O Exorcista–Filme 1973–Adoro Cinema**. [S.l.]: Adoro Cinema, 2011. Disponível em: <<https://www.adoro-cinema.com/filmes/filme-27765/>>. Acesso em: 9 set. 2023.

DOBERSTEIN, Juliano Martins. **As duas censuras do regime militar: o controle das diversões públicas e da imprensa entre 1964 e 1978**. 2011. Dissertação (Mestrado em História) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2011.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

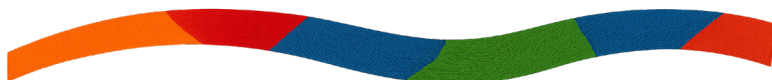
MACEDO, Djair Dantas Pereira de. **Geleia Geral: O Exorcista**. Diário de Natal, ano 74, n. 094999, 26 jan. 1974a. Disponível em: <https://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=028711_02&pasta=ano%20197&pesq=&pagfis=12452>. Acesso em: 9 set. 2023.

MACEDO, Djair Dantas Pereira de. **O falso Exorcista**. Geleia Geral. Diário de Natal. Natal, 1974b. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=028711_02&pasta=ano%20197&pesq=%20&pagfis=13232 Acesso em: 24 fev. 2025.

MACEDO, Paulo. **Esquinas do Mundo: O Exorcista**. Diário de Natal, ano 74, n. 09565, 3 ago. 1974c. p. 2. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=028711_02&pasta=ano%20197&pesq=%20&pagfis=13826 Acesso em: 25 fev. 2025.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.





Manuel Castells

Marcelo Bolshaw

O sociólogo **Manuel Castells**, professor emérito de Berkeley (Califórnia) e diretor do *Internet Interdisciplinary Institute* na UOC (Barcelona), dedicou a maior parte de seu trabalho para o estudo da sociedade da informação, analisando os aspectos econômicos, sociais e culturais que estão transformando o mundo. Castells estuda dois assuntos correlatos: o impacto da tecnologia da informação na sociedade capitalista e os novos movimentos sociais dos anos 60. Para ele, os novos movimentos não aspiram mais a tomar o poder de estado, mas a mudar o comportamento das pessoas e seu modo de vida.

Castells se tornou internacionalmente conhecido devido sua trilogia *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura* (1996-2000) – formada pelos livros: *A Sociedade em Rede* (2009), *O Poder da Identidade* (2008); e *Fim do Milênio* (1999). A trilogia analisa as mudanças contemporâneas em um tripé: as relações sociais de produção se desindustrializam e passam a se organizar em redes de unidades autônomas (assimilando assim a economia política marxista e enfoque sociológico); a nova percepção de tempo-espço em função da linguagem audiovisual e simultânea da mídia (assimilando também a abordagem midiológica e suas interações tecnológicas); e as novas “relações de experiência” nas relações pessoais (assimilando ainda a ênfase do pensamento pós moderno no aqui e agora e no cotidiano).

Para Castells, o efeito da mídia é apenas um dos fatores estruturais de uma mudança social bem maior; a globalização. Para ele, nessa mudança, além de uma nova experiência de tempo/espaço em que o futuro e sua simulação passam a desempenhar um papel central através da mídia, há também outros fatores estruturais, como as relações de produção organizadas em rede e as novas relações de experiência. Em relação às relações de produção, há uma troca o modelo taylorista de organização da fábrica pelo modelo de organização em redes produtivas. E, em relação às novas relações de experiência produzidas pela entrada da mulher no mercado de trabalho, há também uma associação estrutural entre o feminino e a natureza, de forma que Castells assimila e reverencia três abordagens: a economia-política marxista; o pensamento pós-moderno de Foucault, enraizado no cotidiano; e as teorias midiológicas da Comunicação.

O primeiro livro, *A Sociedade em Rede* (2009), trata da nova ordem econômica e social, cujo centro das transformações está na revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação e comunicações. O ataque ao patriarcalismo, a nova consciência ambiental, a crise de legitimidade dos sistemas políticos e a fragmentação dos movimentos sociais caracterizam um ambiente de mudanças confusas e incontroladas e tendem a reagrupar os indivíduos em torno de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais e nacionais.

“Em um mundo de fluxos globais de riqueza, poder e imagens, a busca pela identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se a fonte básica de significado social.” (Castells, 2009, p. 23).

O Capitalismo Informacional (ou pós-industrial) tem duas características importantes: é global e está estruturado em uma rede de fluxos financeiros. A acumulação de capital prossegue e sua realização de valor é cada vez mais gerada nos mercados financeiros globais estabelecidos pelas redes de informação no espaço intemporal dos fluxos financeiros. A partir desta rede, o capital é investido por todo o globo, em todos os setores de atividade, algumas mais lucrativas, conforme vão passando por ciclos, altos e baixos do mercado. No entanto, qualquer lucro é revertido para a meta-rede de fluxos financeiros no qual todo capital é equalizado na democracia da geração de lucros transformada em commodities. Nesse “cassino global eletrônico”, capitais específicos elevam-se ou diminuem drasticamente, definindo o destino de empresas, poupanças familiares, moedas nacionais e economias regionais.

Social e economicamente, não existe uma classe capitalista global. Acima de vários capitalistas de carne e osso e grupos capitalistas, há uma entidade capitalista coletiva, sem rosto, formada de fluxos financeiros operados por redes eletrônicas. Neste cenário, contradizendo profecias apocalípticas, há mais empregos e uma proporção maior de pessoas com idade para o trabalho empregadas que em qualquer outra época da história. A difusão das tecnologias da informação não resultou e não resultará em desemprego. Mas, as relações sociais entre o capital e o trabalho sofreram uma transformação profunda. A mão-de-obra está desagregada em seu desempenho, fragmentada em sua organização, diversificada em sua existência e dividida em sua ação coletiva. Desse modo, capital e trabalho tendem cada vez mais a existir em diferentes espaços e tempos: o espaço de fluxos e

o espaço dos lugares, tempo instantâneo de redes computadorizadas *versus* tempo cronológico da vida cotidiana. *O Capital é global; o trabalho, local.*

No segundo volume da trilogia, *O Poder de Identidade* (2008), Castells analisa a formação do Ser e a interação entre a Rede e o SER na crise de duas instituições centrais da sociedade: a família patriarcal e o Estado nacional. O movimento zapatista é dado como exemplo de como um movimento social pode se adaptar à arquitetura das redes, construídas pelo capitalismo informacional. O feminismo e a ecologia são pensados como movimentos sociais globais com atuação localizada. Castells estuda ainda o fundamentalismo religioso (como uma identidade de resistência à globalização).

Já o livro *Fim de Milênio* (1999) se divide em cinco capítulos, descritos a seguir:

1. A crise do estatismo industrial e o colapso da União Soviética
2. O surgimento do Quarto Mundo: capitalismo informacional, pobreza e exclusão social
3. A conexão perversa: a economia do crime global
4. Desenvolvimento e crise na região do Pacífico asiático
5. A unificação da Europa: globalização, identidade e o Estado em rede

A nova estrutura de poder mundial comandada pelas empresas transnacionais (industriais, financeiras e de serviços) está substituindo a atual estrutura de poder dos Estados-nações. Com o ocaso dos Estados-nações e a proeminência das empresas

transnacionais na estrutura de poder global, o cenário que se descortina para o futuro é o de um capitalismo mundial sem controle ou regulação pública.

Castells utiliza a noção de rede social de agentes no sentido sociológico e não como uma rede de comunicação. Neste sentido, a rede é uma forma de organização democrática constituída de elementos autônomos, interligados de maneira horizontal cooperando entre si.

Diferencia-se, portanto, a noção de “Rede Social” da noção de “Redes Digitais”. Rede Social é referente à ação comum, sincrônica e descentralizada de agentes semelhantes não presenciais durante algum tempo. E Redes Digitais correspondem às redes intercomunicação dentro e fora da internet (incluindo os sites, como o Facebook). As Redes Sociais, assim, são anteriores, em todos os sentidos, às Redes Digitais.

Castells também escreveu o livro *Galáxia da Internet* (2001), em que faz uma netnografia da rede, destacando os quatro tipos principais de usuários: a cultura Hacker; a cultura acadêmica da tecnomeritocrática; a cultura de empreendedorismo; e as comunidades virtuais.

Hoje, na prática, todas as redes são híbridas – meio sociais, meio digitais; meio biológica, meio tecnológica. As redes são formadas por unidades autônomas interligadas em arranjos temporários (unidades globais e locais ao mesmo tempo, dotados de inteligência coletiva biológica inata tecnologicamente ampliada, isto é, da capacidade de sentir e agir simultaneamente em conjunto sem hierarquia vertical). Essa sinergia entre os grupos e pessoas, descentralizada e sincrônica, forma e é formada através das redes sócio técnicas.

Por fim, a obra *Redes de indignação e esperança* (2013) aponta para falência da organização política tradicional dos partidos e dos parlamentos atuais. Castells estuda vários movimentos sociais organizados através da internet a partir de 2010 (Tunísia, Islândia, a revolução egípcia, os indignados da Espanha, o *Occupy Wall Street* em Nova York e os protestos de junho de 2013 no Brasil). Acerca disso, Castells identificou vários aspectos em comum – o caráter espontâneo, pluralista, apartidário e heterogêneo das manifestações – formando “um padrão rizomático emergente”, uma “cultura da autonomia”.

Mais especificamente, os movimentos descritos por Castells foram populares, dirigidos por si mesmos, organizados autonomamente pela internet por ativistas sem militância, sem direção única ou coordenação centralizada, sem o controle de organizações políticas ou entidades civis, nem o apoio dos meios de comunicação tradicionais. Ou seja, foram movimentos pluralistas e heterogêneos, com motivações, bandeiras e palavras de ordem as mais variadas e até contraditórias. O sentido mais geral das manifestações coloca em xeque a própria estrutura do sistema de representação política. Algumas foram contra o que o parlamento e os partidos representam, mas sem intenção de substituí-los ou extingui-los. E, principalmente, esses novos movimentos sociais em rede apresentaram uma nova concepção de liberdade e de igualdade, própria da democracia inerente à inteligência coletiva.

Redes constituem a nova morfologia de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos

e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. (Castells, 2009, p. 497).

“Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação[...] Uma estrutura social com base em redes é um sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio.” (Castells, 2009, p. 566).

E, o mais importante: Castells afirma que o modelo de organização em rede foi do mercado corporativo à sociedade civil organizada, chegando agora finalmente à esfera pública. Não foi a esfera pública que se uniu à sociedade civil contra o mercado. Na verdade, a globalização desindustrializou a economia e as multinacionais passaram a ser organizadas em rede. Enquanto isso, os movimentos sociais da sociedade civil se internacionalizaram em ONGs como a *Anistia* ou o *Greenpeace*.

Redes são instrumentos apropriados para a economia capitalista baseada na inovação, globalização e concentração descentralizada; para o trabalho, trabalhadores e empresas voltadas para a flexibilidade e a adaptabilidade; para uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas; para uma política destinada ao processamento instantâneo de novos valores e humores públicos; e para uma organização social que vise a suplantação do espaço e a invalidação do tempo. (Castells, 2009, p. 566).

Neste cenário, apenas o estado mante-se preso às identidades nacional, regional e local e à antiga estrutura territorial de

organização hierárquica. Ou seja, o Estado não se globalizou e a esfera pública ainda não se organiza através das redes.

Referências bibliográficas

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede/A Era da Informação: Economia, sociedade e cultura** – Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

_____. **O Poder da identidade/A Era da Informação: Economia, sociedade e cultura** – Vol. 2. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

_____. **Fim do Milênio/A Era da Informação: Economia, sociedade e cultura** – vol. 3. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade.** (2ª Edição) Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

_____. **Redes de indignação e esperança** – Movimentos sociais na era da internet. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. São Paulo: Zahar, 2013.

*Imagem de Manuel Castells gerada por IA a partir de prompts elaborados por Hélder Nóbrega.



A galáxia da internet

Pietra Silva Queiroz¹

Thalita Oliveira Gonçalves²

Toni Lucas Bento Carneiro³

Thâmara Roque dos Santos Sousa⁴

Introdução

A obra *A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade* (2003) foi lançada em 2001 pelo professor Manuel Castells com o objetivo de refletir acerca das mudanças ocasionadas na sociedade por meio da internet no início do milênio. Atualmente, Castells é professor de Sociologia na Universitat Oberta de Catalunya (UOC), em Barcelona, além de professor titular da Cátedra Wallis Annenberg de Tecnologia da Comunicação e Sociedade na *University of Southern California*, em Los Angeles. Tornou-se internacionalmente conhecido por sua trilogia *A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura*, com os

1 Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: pietra.queiroz.081@ufrn.edu.br

2 Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: thalitaogoncalves@gmail.com

3 Mestrando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: tonnilucas@gmail.com

4 Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN).
E-mail: thamara.roque.087@ufrn.edu.br

livros *Sociedade em rede* (1996), *O poder da identidade* (1997) e *Fim do milênio* (1998). Desde então, o autor segue tecendo reflexões acerca da internet na atualidade, pautando diversos assuntos, como a polarização política, que tem encontrado nas redes uma forma de amplificar-se.

O pensamento de Castells, mesmo mediante as mudanças que vêm ocorrendo dos anos 2000 até a contemporaneidade, ainda são importantes para compreensão de processos sociais atuais e possibilitam olhar para o contexto presente à luz de suas ponderações. Desse modo, propõe-se neste documento revisitar o livro *A Galáxia da Internet* (2003), buscando conectar o que ecoa dessa obra nas novas relações sociais, a partir da compreensão de que “a sociedade em geral transforma a tecnologia, qualquer tecnologia, apropriando-a, modificando-a, experimentando-a” (Castells, 2003, p.10), embora esta traga esperança a uns e medo a outros.

Em sua “Abertura” é possível desvelar a intenção que norteará a obra, a partir da expressão “A rede é a mensagem” presente no subtítulo, uma evidente analogia à frase “O meio é a mensagem”, que dá título à famosa obra de Marshall McLuhan, que ilustra “como os meios de comunicação interessam menos por suas estruturas e mais pela alteração de percepção que ocasionam na sociedade”. Desse modo, pode-se inferir que o advento da internet deve ser notado enquanto modificador das estruturas sociais em suas diversas esferas.

As alusões de Castells na obra seguem a partir da comparação entre as tecnologias da informação e a luz elétrica, artifício que ditou as transformações na Era Industrial: “a Internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação

por todo o domínio da atividade humana” (Castells, 2003, p.07). Estas constatações desembocam na definição de uma nova forma organizacional de sociedade: a era da informação, caracterizada pela rede.

A compreensão acerca do conceito de redes perpassa uma visão sociológica anterior à criação da internet, ou mesmo das redes sociais emergentes a partir da popularização da internet nos anos 90. Para Castells (2003), as redes estão presentes em toda história humana “como ferramentas de organizações capazes de congregiar recursos em torno de metas centralmente definidas, alcançadas através da implementação de tarefas em cadeias de comando e controle verticais e racionalizadas” (Castells, 2003, p.7).

Porém, com a internet, essa rede se reconfigura tornando-se flexível e adaptável e atendendo às necessidades da sociedade no século XX: no campo econômico, a partir da necessidade de flexibilidade na administração e globalização do capital; no âmbito social, na busca por uma comunicação aberta baseada nos valores de liberdade individual; e no campo tecnológico, em meio aos processos de inovação da área.

Desse modo, a Internet acontece possibilitando a comunicação global de “muitos com muitos”. E é também a partir do conhecimento de “muitos” pesquisadores que a Internet é desenvolvida. Esta temática é abordada no capítulo um de *A Galáxia da Internet*, em que é elaborado um panorama sobre as motivações que levaram à construção da rede de computadores – o que se dá no contexto de Guerra Fria–bem como são reveladas as diversas pesquisas realizadas em diferentes países buscando o mesmo objetivo: conectar-se a partir de uma rede interativa de computadores.

O que se sobressai nesse contexto da discussão apresentada por Castells (2003) – com destaque ao fato da internet se desenvolver aquém do mundo dos negócios e financiada pelo poder público – é a observância de que “a cooperação e a liberdade de informação podem ser mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade” (Castells, 2003, p.13), o que induz a imaginação sobre os rumos que a sociedade poderia tomar com base em iniciativas como essa.

Adiante, o texto analisado explora o âmbito cultural ao analisar os perfis dos desbravadores que desenvolveram a Internet, evidenciando sua influência na formação da cultura da rede, a partir da constatação de que: “a produção social é estruturada culturalmente. A Internet não é exceção. A cultura dos produtores da Internet moldou o meio. Esses produtores foram, ao mesmo tempo, seus primeiros usuários” (Castells, 2003, p.34). A partir destas evidências, são apresentados quatro perfis de produtores/usuários, sendo eles: tecnolites, hackers, empresários e comunidades virtuais, sobre os quais o autor conclui:

A cultura da Internet é uma cultura feita de uma crença tecnocrática no progresso dos seres humanos através da tecnologia, levado a cabo por comunidades de hackers que prosperam na criatividade tecnológica livre e aberta, incrustada em redes virtuais que pretendem reinventar a sociedade, e materializada por empresários movidos a dinheiro nas engrenagens da nova economia. (Castells, 2003, p.53).

Ademais, discute-se que a internet inaugura um novo tipo de mercado, possibilitando a transição para um modelo organizacional inovador nas empresas: o modelo de empresa em rede,

assunto abordado no capítulo três. Este modelo transformou as relações de trabalho e as dinâmicas do capital, que, nesse contexto, estão estreitamente associadas à inovação. As empresas em rede se caracterizam por uma organização produtiva ou administrativa que, embora direcionada a um objetivo comum, opera em diferentes localidades interconectadas. Para Castells (2003), uma empresa é uma “agência enxuta de atividades econômicas, construída em torno de projetos empresariais específicos, que são levados a cabo por redes de composição e origem variada: a rede é a empresa” (Castells, 2003, p. 58).

Nesse sentido, as decisões administrativas e a produção não ocorrem em um único lugar, mas são realizadas de forma articulada, com partes do processo produtivo iniciando-se em uma localidade e sendo concluídas em outras. Essa transformação organizacional está inserida no que se denomina nova economia, um conceito que emerge da inovação tecnológica e que redefine as concepções tradicionais de economia e mercado. Nesse contexto, os mercados passaram a incorporar a tecnologia não apenas como ferramenta, mas também como objeto de comercialização, e as atividades financeiras, realizadas em tempo real graças à tecnologia das redes, resultam na complexificação das operações econômicas e nas oscilações monetárias, refletindo os comportamentos dinâmicos dos mercados.

As relações de trabalho também sofrem mudanças significativas, especialmente no que se refere à qualificação exigida dos trabalhadores. Entretanto, essa qualificação não é algo fixo, mas sim um processo contínuo de aprimoramento, necessário devido às rápidas mudanças tecnológicas. As relações de emprego neste contexto diferem das tradicionais; em alguns casos, o trabalhador

pode ser remunerado com ações da empresa, o que o vincula à organização, mas também limita sua capacidade de alcançar independência financeira, dificultando, por exemplo, a abertura de seu próprio negócio.

Outro aspecto relevante nesta parte da reflexão de Castells (2003) é a menção feita ao declínio do emprego vitalício, que outrora caracterizava o mercado de trabalho. Na nova economia, as atividades produtivas não seguem mais horários rígidos ou condições inflexíveis, estendendo essa flexibilidade também aos vínculos empregatícios.

Concluindo o terceiro capítulo, Castells (2003) enfatiza que a inovação é o motor principal dessa nova economia. Contudo, ele adverte que tal inovação deve estar aliada à cooperação e à abertura dos sistemas tecnológicos. No entanto, o elevado custo de investimento necessário, geralmente de alto risco, tende a concentrar esses recursos nas mãos de poucos indivíduos.

No capítulo quatro, o autor discute como a emergência de um meio de comunicação tão poderoso como a internet inevitavelmente impactou os padrões de interação social. As opiniões acerca dessa influência divergem: enquanto alguns argumentam que a internet expande as possibilidades de interação social, superando barreiras geográficas e sociais; outros temem que o uso crescente desta tecnologia leve ao isolamento social e à fragmentação da vida familiar. A partir disso, embora reconheça esse debate, o autor o considera impreciso, observando que ele surgiu em um período anterior à expansão acelerada da internet, e que, na época, não havia dados suficientes para conclusões definitivas.

Uma análise mais detalhada dos usos típicos da internet revela que o e-mail é amplamente utilizado para tarefas cotidianas,

comunicações profissionais e contatos familiares e sociais, enquanto usos menos convencionais, como jogos massivos multi-player e listas de discussão, são restritos a um número menor de usuários, geralmente adolescentes em processo de autodescoberta. Dessa forma, o uso da internet reflete, em grande parte, o estilo de vida do usuário.

É importante notar que, devido ao tempo transcorrido desde a publicação do livro, não há menções a blogs e redes sociais, componentes da Web 2.0, que claramente intensificaram a conexão entre o mundo virtual e o real. De todo modo, ao longo do texto, o autor discute o conceito de comunidade virtual. Embora este conceito traga à tona o surgimento de novos suportes tecnológicos para a sociabilidade, o termo “comunidade”, com suas conotações, pode misturar diferentes tipos de relações sociais. Assim, o autor argumenta que a internet serve como suporte material para o individualismo em rede, sendo um instrumento adequado para a manutenção de laços sociais frágeis que, de outra forma, perder-se-iam na ausência de interações físicas, além de possibilitar o surgimento desse tipo de relacionamento.

No capítulo cinco, Castells (2003) aborda a política da internet, trazendo uma análise da interação entre a internet e os processos de conflito “sociopolítico, representação e administração, focalizando quatro áreas distintas, embora relacionadas” (Castells, 2003, p. 114). Além disso, o autor problematiza a questão de se a internet é apenas uma ferramenta instrumental nas manifestações sociais ou se transforma as regras políticas e sociais, influenciando a organização e os objetivos dos movimentos e atores políticos.

Nesse sentido, o texto explica como os movimentos sociais do século XXI utilizam a internet como plataforma de manifestação,

destacando os “protestos hacker-ativistas”, que sabotam e invadem sites militares e financeiros para expor vulnerabilidades e protestar. Esses foram movimentos que visaram transformar valores culturais e instituições, organizando-se de forma *online* para influenciar a opinião pública, em resposta à crise das antigas estruturas da Era Industrial. Além deste, o autor também menciona o Falun Gong, movimento político espiritualista chinês que desafiou o Partido Comunista, articulando-se pela internet; e destaca a Cidade Digital de Amsterdã (DDS) como um exemplo pioneiro de transformação da comunicação entre cidadãos e instituições através de redes digitais. O DDS expandiu-se globalmente, unindo arte, cultura e ativismo e, apesar de seu encerramento em 2000, Castells (2003) enfatiza o seu legado na criação de redes globais de cidadãos e a sua importância como suporte institucional para o sucesso de comunidades digitais.

Embora a internet fosse vista como uma ferramenta para promover a democracia e facilitar a interação entre cidadãos e governo, ao longo do texto percebemos que, na prática, ela tem falhado em cumprir esse papel, pois a maioria das pessoas não usa a internet para interações políticas significativas, exceto em momentos de indignação.

No início do sexto capítulo, Castells (2003) fala que a internet foi “criada como um meio para a liberdade, uma vez que nos primeiros anos de sua existência mundial a internet pareceu prenunciar uma nova era” (Castells, 2003, p. 139). Porém, a liberdade prevista no ciberespaço precisou ser controlada e monitorada, sendo considerado o fim da privacidade. A partir desta constatação, ao longo desse capítulo, o autor explora como tecnologias de identificação, vigilância e criptografia são usadas

para controlar e monitorar a internet, comprometendo a privacidade digital.

Em síntese, a reflexão do autor aponta para o fato de governos e empresas rastrearem atividades online e coletarem dados pessoais, enquanto a criptografia, que protege a comunicação, também enfrenta restrições que aumentam a vulnerabilidade. Ademais, a crescente ameaça de cibercrime levou à criação de uma rede global de vigilância, reduzindo a liberdade online. Nesse cenário, tecnologias de liberdade, como e-mails autodestrutivos, desafiam esse controle, mesmo com os governos buscando proibir a criptografia.

No capítulo sete, Castells (2003) reflete sobre os desafios e fracassos da convergência de mídia, abordando as limitações tecnológicas da época e as mudanças culturais impulsionadas pela Internet. Desse modo, ele enfatiza a necessidade de maior interatividade nas experiências multimídia, incluindo aspectos como interatividade, hipermídia, imersão e narratividade. O capítulo sugere também que, embora a Internet tenha desempenhado um papel na transformação da mídia, a convergência entre Internet e mídia ainda carece de interatividade significativa.

Mais especificamente, Castells (2003) analisa a evolução da multimídia e da Internet, com um foco especial na convergência entre tecnologias e mídia. Para tanto, ele destaca que, durante a década de 1990, houve uma busca por uma “caixa mágica” que integrasse computadores, Internet e mídia em um único dispositivo interativo para o lar. Assim, empresas como Microsoft e AOL-Time Warner investiram bilhões de dólares em projetos de convergência, mas esses esforços empresariais foram em grande parte malsucedidos, devido a problemas tecnológicos e à falta

de interesse do consumidor, especialmente no que diz respeito ao vídeo sob demanda, levando Castells (2003) a se referir a essa “caixa mágica” como “elusiva”.

Ademais, tentativas de convergência entre TV e Internet também ocorreram, utilizando tecnologias como transmissão de TV online e o uso de TVs para acessar a web. Contudo, essas iniciativas só ganharam força nos anos 2000, sem, no entanto, trazer lucros significativos para as empresas de mídia. Nesse sentido, obstáculos como a insuficiente largura de banda e a saturação do mercado de entretenimento foram fatores determinantes para esses resultados.

O capítulo em discussão também explora o uso da Internet em várias áreas da arte e comunicação – como música, vídeo pornográfico, videogames online e rádio na web –, o que transformou práticas culturais e ofereceu alternativas aos meios tradicionais. Destaca-se também que a Internet revolucionou o acesso a notícias e a eventos locais, permitindo que pessoas em diferentes partes do mundo se mantenham informadas sobre suas cidades natais por meio de jornais e estações de rádio locais, superando limitações geográficas.

Castells (2003) destaca também a apropriação social da tecnologia, observando que a Internet se desenvolveu através da maneira como os usuários a adaptaram, frequentemente de maneiras não previstas inicialmente. Isso impulsionou a criatividade e a inovação, especialmente no setor de mídia, com redações em toda a mídia sendo reequipadas em torno da Internet.

Nesse contexto, a descentralização e a comunicação aberta promovidas pela Internet contrastam com o domínio das grandes corporações sobre a mídia tradicional, resultando em maior interação e colaboração entre os usuários e gerando novas formas de

expressão cultural. Castells (2003) aborda ainda o surgimento de formas de arte híbridas, que misturam materiais virtuais e físicos, fortalecendo as conexões entre indivíduos e suas comunidades por meio de experiências artísticas compartilhadas.

Além disso, a criação e interação coletivas são facilitadas pela Internet, permitindo que pessoas de diferentes lugares colaborem em projetos artísticos, com artistas ganhando atenção renovada através de plataformas online. Por fim, Castells enfatiza que a “virtualidade real” molda a cultura atual, com a comunicação eletrônica sendo fundamental para as interações sociais, a coleta de informações e o engajamento político, sublinhando a importância de compreender o contexto digital em que vivemos.

No capítulo oito, Castells (2003) apresenta uma visão complexa da Internet e de sua relação com a sociedade, a economia e a geografia, destacando a persistência das cidades como centros de inovação e conectividade global. O autor analisa a geografia da Internet, argumentando que, embora ela estabeleça um novo tipo de espaço baseado em redes e fluxos de informação, não elimina a geografia tradicional. Compreende-se, a partir desta noção, que a infraestrutura técnica da Internet é global, mas desigual, com os Estados Unidos ocupando o centro dessa rede. De modo geral, o uso da Internet é predominantemente concentrado na América do Norte e na Europa, enquanto a produção de conteúdo se encontra majoritariamente em grandes cidades, como Nova York, Los Angeles e São Francisco. Essa análise apresentada por Castells (2003) é sustentada por estudos de mapeamento e pesquisas realizados por Matthew Zook e William Mitchell.

Conforme se discute no texto, Matthew Zook descobriu que os provedores de conteúdo da Internet tendem a se concentrar

em áreas metropolitanas e próximas a centros de inovação tecnológica, o que reflete a concentração do capital de risco nessas regiões. Nesse sentido, a era da Internet, segundo Castells (2003), é caracterizada por metrópoles interconectadas, onde as distinções entre áreas urbanas, rurais e suburbanas se tornam menos definidas. Ou seja, embora o trabalho à distância esteja em crescimento, ele não ocorre de forma uniforme, e a casa continua a ser um espaço multifuncional. Já William Mitchell prevê que a Internet se expandirá para criar ambientes inteligentes interconectados, adaptados às necessidades individuais e familiares, oferecendo uma variedade de experiências e funções.

O capítulo conclui que a Internet não está levando ao fim das cidades, mas sim ao crescimento urbano contínuo e à intensificação da interconexão global, de modo que as áreas metropolitanas continuem a crescer em tamanho e complexidade, atraindo tanto a população quanto às atividades econômicas. A Internet, nesse contexto, é o meio tecnológico que permite essa concentração metropolitana e a interconexão global simultâneas, reafirmando o papel das cidades como centros vitais de inovação e conectividade.

Por fim, o texto sugere que governos democráticos podem regular a Internet de forma eficaz para proteger a privacidade, mais do que um ambiente *laissez-faire* (deixe acontecer). No entanto, a desconfiança mútua entre governos e cidadãos cria um conflito entre liberdade digital e controle estatal. Desse modo, para transformar a Internet em um meio de transparência e vigilância cidadã, seria necessário que os governos se tornassem mais transparentes e responsáveis.

Revisitar as observações feitas no livro *A galáxia da Internet* parte primeiramente da constatação de que, desde o lançamento

da primeira edição da obra em 2001, a Internet permaneceu como temática central de diversos estudos e continua a modificar as estruturas sociais, culturais e econômicas, e, para além, cognitivas dos indivíduos.

O conceito de rede – a partir de seu aprimoramento por meio da web e como mediadora das complexidades presentes na sociedade – pode ser facilmente ligado ao contexto atual, no qual a maioria das formas de interação convergem para o ambiente virtual, inclusive no que tange aos conflitos políticos, como é o caso das manifestações ocorridas no Movimento Passe Livre (MPL), que ganharam destaque em 2013. Como afirma Espírito Santo *et al* (2016):

No contexto dessas manifestações, que ficaram conhecidas como Jornadas de Junho, o uso da internet foi marcante. O MPL construiu um ciberespaço de discussão, de informação, de contrainformação e de divulgação de materiais que mostravam outras versões dos fatos, muitas vezes divergentes daqueles veiculados na grande mídia. (Espírito Santo *et al*, 2016, p.141).

Castells (2003) propõe que a sociedade contemporânea é marcada pela emergência de uma “sociedade em rede”, na qual as tecnologias da informação e comunicação (TICs) reconfiguram as relações sociais, econômicas e políticas. As comunidades virtuais, que surgem nesse contexto, desempenham um papel central na construção de identidades coletivas, na mobilização social e na produção de conhecimento. Nesse sentido, com o apoio da internet, as mobilizações e a política informacional do MPL utilizaram amplamente as redes sociais, como *Facebook* e *Twitter* (atual

X), para convocar e organizar as manifestações. Sem depender de partidos políticos tradicionais ou da mídia convencional, o movimento conseguiu mobilizar milhões de pessoas em várias cidades brasileiras.

Desse modo, as Jornadas de Junho evidenciaram a força mobilizadora das comunidades virtuais, uma vez que plataformas como *Facebook* e *Twitter* (atual X) permitiram a rápida disseminação de informações, a criação de eventos e a coordenação de ações em diversas cidades brasileiras. Assim, a capacidade de conectar pessoas geograficamente distantes e de compartilhar informações em tempo real foi fundamental para a organização das manifestações.

Além da mobilização, as comunidades virtuais também desempenharam um papel fundamental na construção de narrativas sobre as jornadas. Os manifestantes produziram e compartilharam uma grande quantidade de conteúdo audiovisual, como vídeos e fotos, documentando os eventos e construindo narrativas alternativas às apresentadas pela mídia tradicional. Essa produção colaborativa de conteúdo permitiu que as vozes dos manifestantes fossem amplificadas e que novas perspectivas sobre os problemas sociais fossem apresentadas à sociedade, fato que reitera a necessidade de liberdade destacada por Castells (2003) como princípio norteador da internet e da cultura de seus precursores, assim como evidência que a comunicação de “muitos com muitos” é um marco para as organizações de manifestações populares que seriam silenciadas sem uma conectividade ampla e global.

Ainda acerca das manifestação de 2013, Roque (2018) contextualiza o início das mobilizações de forma *online* no aplicativo de evento existente no *Facebook* e cita que as lideranças do MPL

buscavam solucionar o aumento das passagens de transportes públicos e destaca que a manifestação saíram da internet e ganharam as ruas, diferente do receio de muitos de que aquela fosse apenas uma manifestação “para colocar fotos no *Facebook* com a legenda ‘eu estava na manifestação’ e voltar a ficar em frente ao computador” (Roque, 2018, p. 266). Além disso, a pesquisadora enfatiza que:

foi uma grande vitória a população conseguir se organizar num mundo virtual e ir para as ruas, quebrando o tabu de que as pessoas apenas reclamavam e não saíam de casa para reivindicar seus direitos. Mas dessa vez foi diferente, os brasileiros utilizaram as redes sociais para se organizar e foram com caras pintadas, sem apoio da mídia e no início com pouca participação da população. (Roque, 2018, p. 266).

Entre os principais aspectos que caracterizaram o MPL destacam-se a sua estrutura descentralizada e o uso de uma comunicação horizontal, o que Castells (2003) identifica como fundamental para os movimentos sociais contemporâneos. Essa abordagem facilitou a comunicação e a organização mais rápidas e mais acessíveis, permitindo a participação de diversos grupos no movimento.

Além disso, em diálogo com a abordagem de Castells (2003) sobre a legitimidade política, interpretamos que o MPL trouxe o tema ao criticar o sistema político estabelecido e ao rejeitar a cooptação por partidos. Outro ponto que podemos destacar é o conceito de “enxameamento”, descrito por Castells (2003), que se refere à mobilização rápida e autônoma em várias frentes, e

que foi evidente no MPL. Por fim, o outro conceito trazido pelo autor com o qual o MPL dialoga é o de *noopolitik*, segundo o qual a política é influenciada pela informação e pela mídia global. Nesse sentido, apesar de focar em questões locais, como a tarifa do transporte, o Movimento Passe Livre (MPL) rapidamente ganhou visibilidade devido às redes digitais.

No entanto, é importante ressaltar que as comunidades virtuais também apresentam desafios e limitações. A disseminação de informações falsas, a polarização das opiniões e a dependência das plataformas digitais são alguns dos problemas que podem surgir nesse contexto. Além disso, as comunidades virtuais podem ser utilizadas por grupos com interesses políticos específicos para manipular a opinião pública e promover seus próprios objetivos.

A disseminação de desinformação e o aumento da polarização política são exemplos de como as TICs, apesar de seu potencial emancipador, podem ser instrumentalizadas para fins que contrariam os princípios de liberdade e democracia que Castells (2003) associou ao surgimento da Internet.

No Brasil, esse fenômeno é particularmente visível no uso das redes sociais para manipular a opinião pública, fomentar discursos de ódio e promover agendas políticas específicas, criando um ambiente de constante tensão social. Assim, enquanto as TICs no Brasil têm o poder de ampliar a participação democrática, elas também expõem a fragilidade das instituições de poder e da própria sociedade diante da influência exercida por desinformações e discursos polarizadores, evidenciando a necessidade de uma alfabetização digital crítica e de políticas públicas que garantam um uso mais responsável e equitativo dessas tecnologias.

A análise do contexto brasileiro à luz das observações de Castells (2003) em *A Galáxia da Internet* evidencia a profunda transformação social e política que a Internet catalisou no país, especialmente em eventos como as Jornadas de Junho de 2013. Esses eventos demonstram como as tecnologias da informação e comunicação (TICs), ao reconfigurarem as relações sociais, econômicas e políticas, possibilitaram a emergência de novas formas de mobilização e participação política. No Brasil, a Internet se consolidou como uma ferramenta essencial para a organização de protestos e a construção de narrativas alternativas àquelas dominantes na grande mídia, permitindo que vozes antes marginalizadas encontrassem espaço no debate público.

A afirmação de Castells (2003) de que “a sociedade em geral transforma a tecnologia, qualquer tecnologia, apropriando-a, modificando-a, experimentando-a” (p. 10) é atestada a partir das diversas manifestações políticas atuais, aqui representadas pelo Movimento Passe Livre (MPL), em que a apropriação do meio se dá para reivindicação de direitos autênticos, emergidos da sociedade organizada por meio dos nós presentes da rede, e somente possibilitados por ela.

Essa dinâmica de apropriação tecnológica para a reivindicação de direitos ressalta a capacidade da sociedade em moldar os usos das tecnologias para além dos propósitos inicialmente concebidos por seus criadores. No caso do Movimento Passe Livre (MPL), as redes sociais e outras plataformas digitais se tornaram instrumentos cruciais para a mobilização e organização de protestos, permitindo a articulação de demandas coletivas de maneira rápida e eficaz. Essa interação entre sociedade e tecnologia demonstra que, embora as ferramentas sejam criadas

em contextos específicos, seu verdadeiro potencial só é revelado quando apropriadas e ressignificadas pelos atores sociais que as utilizam para lutar por transformações sociais concretas.

Ao refletir sobre os pontos levantados e analisados com o Movimento Passe Livre (MPL), fica compreensível que o movimento representa um marco na forma como as redes digitais têm revolucionado a organização social e política. A descentralização do MPL e sua comunicação horizontal, como destacou Castells (2003), revelam a força das novas tecnologias na difusão de uma democracia mais direta, onde a mobilização é rápida, acessível e muitas vezes espontânea. A internet, nesse contexto, tanto é uma ferramenta de comunicação, quanto uma arena de disputa política e social, permitindo que vozes antes excluídas possam se articular e desafiar as situações atuais.

O MPL também exemplifica a crise de legitimidade que muitas democracias enfrentam atualmente. O movimento rejeitou a associação com partidos políticos e colocou em questão a representatividade das instituições tradicionais, apresentando a intenção de maior transparência e participação cidadã. Essa postura revela um tipo de engajamento, onde as demandas sociais são articuladas de forma independente e amplificadas por redes digitais, demonstrando que a era da informação também é a era da transformação política.

O movimento também continua a se engajar em debates sobre mobilidade urbana, buscando não apenas a gratuidade, mas também a melhoria da qualidade do transporte público e a inclusão de políticas que combatam a exclusão social e promovam o acesso universal ao transporte. Atualmente, o movimento segue engajado em campanhas e ações para ampliar a Tarifa Zero em diversas cidades do Brasil.

Em 2023, mais de 70 cidades já adotavam algum tipo de isenção tarifária, beneficiando cerca de 3,5 milhões de pessoas. Essa expansão é vista como um avanço importante, mas o MPL ainda enfrenta desafios significativos, especialmente em relação à implementação da tarifa zero nas metrópoles brasileiras.

A complexidade econômica dessas cidades, aliada aos interesses de empresários responsáveis pelos transportes ‘públicos’, dificulta a adoção de políticas de gratuidade, uma vez que tal medida exige uma reestruturação financeira significativa por parte do poder público, demandando um consenso político amplo e um planejamento estratégico que envolva múltiplos atores sociais e políticas públicas, cuja ausência pode dificultar a concretização dessa proposta.

A análise de Manuel Castells sobre a sociedade em rede revela uma conexão significativa com o Movimento Passe Livre (MPL), especialmente no que diz respeito ao papel central que a internet e as redes digitais desempenham na mobilização social e na construção de narrativas alternativas. Segundo Castells (2003), as tecnologias de informação e comunicação (TICs) reestruturam as relações sociais, econômicas e políticas, originando novas formas de organização e ação coletiva, denominadas por ele como “sociedade em rede”. Dentro desse contexto, o MPL se destaca como um exemplo contemporâneo de como movimentos sociais utilizam essas tecnologias para organizar protestos, disseminar informações e criar espaços de debate que questionam as estruturas tradicionais de poder.

Durante as Jornadas de Junho de 2013, o MPL utilizou amplamente as redes sociais para coordenar ações e mobilizar manifestantes, demonstrando a capacidade das TICs de conectar

indivíduos e grupos de forma rápida e eficaz, independentemente de limitações geográficas. Isso se alinha à ideia de Castells (2003) de que a internet facilita a formação de comunidades virtuais que podem exercer uma influência significativa no mundo físico, especialmente em contextos de contestação social.

O Movimento Passe Livre (MPL), ao adotar a Tarifa Zero como uma de suas principais bandeiras e desafiar as narrativas predominantes na grande mídia, é um exemplo claro do conceito de “contra-poder” proposto por Manuel Castells (2003). Sobre isso, o autor argumenta que as redes digitais oferecem um espaço para movimentos sociais e grupos marginalizados se organizarem, articularem e disseminarem narrativas alternativas que desafiam as versões oficiais dos fatos e a hegemonia do discurso midiático tradicional.

Neste contexto, o MPL utiliza a internet tanto como uma ferramenta para mobilizar e coordenar ações, quanto um espaço de resistência simbólica e política. Através das redes sociais e outras plataformas digitais, o MPL pode amplificar suas mensagens, alcançar um público mais amplo e construir uma narrativa que contrasta com a que é promovida pelos veículos de comunicação tradicionais.

Assim, o MPL exemplifica como a “sociedade em rede”, conceito central na obra de Castells (2003), manifesta-se nas lutas sociais contemporâneas. Em síntese, defendemos que o uso da internet pelo movimento vai além da simples organização de protestos; ele se torna uma forma de construir novas formas de cidadania, onde os indivíduos podem se engajar ativamente na produção e na disseminação de informações, desafiando as estruturas de poder estabelecidas e criando espaços de participação democrática e de resistência coletiva.

Referências bibliográficas

ANDRADE, Paola Barbosa. **Passe Livre e Mobilidade Urbana: a experiência do Movimento Passe Livre em São Paulo**. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: J. Jorge Zahar, 2003.

EISENBERG, José. Internet e política. **Cadernos da Escola do Legislativo**, v. 5, n. 10, p. 63–106, 2000.

GOMES, Inês Ataíde. **Acolher e pensar o novo: a propósito das redes sociais**. Revista Portuguesa de Psicanálise, v. 43, n. 1, p. 121–122, 2023.

GUIMARÃES, Vinicius Oliveira Seabra; GROppo, Luís Antonio; CASTILHO, Rosane Maria. Jovens, manifestação de rua e protestos em redes: juventudes e educação nas jornadas de 2013: **Young people, street demonstrations and network protest: youth and educations in the 2013 days**. Revista Cocar, n. 22, 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2015.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.

MEGIANI, I. N. et al. **O impacto das telas na cognição**. Ulakes Journal of Medicine, v. 3, n. 4, 2023.

MORAES, Cláudia Herte; GOMES, Janaina; CASALI, Caroline. **Mediação como conceito-chave para a Educomunicação: a contribuição da Revista Comunicação & Educação**. Comunicação & Educação, v. 29, n. 1, p. 25–41, 2024. (p. 27).

MPL. Movimento Passe Livre. **Por uma vida sem catracas!** [S. l.]: [s. n.], [s.d.]. Disponível em: <https://www.mpl.org.br/>. Acesso em: 10 ago. 2024.

ESPÍRITO SANTO, Maíra Ouríveis; DINIZ, Eduardo Henrique; RIBEIRO, Manuella Maia. Movimento passe livre e as manifestações de 2013: a internet nas jornadas de junho. In: PINHO, José Antônio G. de (Org.). **Artefatos digitais para mobilização da sociedade civil**: perspectivas para avanço da democracia [online]. Salvador: EDUFBA, 2016, pp. 141-167.

ROQUE, Thâmara. **Interações na fan page durante manifestos populares**. Rádio: Estudos Contemporâneos, p. 250-270, 2018.

UOC. Universitat Oberta de Catalunya. **Curriculum Vitae: Manuel Castells**. Disponível em: <https://www.manuelcastells.info/en/curriculum-vitae/index.html>. Acesso em: 16 ago. 2024.



Trajetória do conservadorismo: a fomentação da extrema-direita no Brasil por meio da candidatura presidencial de Javier Milei na Argentina

Hélder Paulo Cordeiro da Nóbrega¹

Priscila Nogueira Krüger Kramer²

Introdução

Estamos em primeiro de outubro de 2023, data que antecede em 22 dias o primeiro turno das eleições presidenciais na Argentina, momento em que se iniciam os debates televisivos no país. Nesse contexto, decidimos analisar a presença de Javier Milei em textos jornalísticos brasileiros da web, tomando como referência esse recorte pré-eleitoral.

Segundo levantamento do Centro Estratégico Latino-Americano de Geopolítica, cinco candidatos disputam a

1 Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (UFRN).

2 Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (UFRN).

preferência do eleitorado, com destaque para três nomes centrais³. Javier Milei (52 anos), da extrema direita e candidato pelo partido *La Libertad Avanza*, aparece com 33,2% das intenções de voto. Sergio Massa (51 anos), do *Unión por la Patria*, registra 32,2%, configurando empate técnico. Em terceiro lugar, Patricia Bullrich (67 anos), da coalizão *Juntos por el Cambio*, reúne 28,1% da preferência.

Como observa Castells (2013), a internet consolidou-se como um meio de comunicação de massa capaz de disputar centralidade com a televisão. Isso implica reconhecer que, mesmo antes dos debates televisivos na Argentina, imagens, narrativas e discursos sobre os candidatos já circulavam intensamente no ambiente digital. Para o autor, a internet assumiu papel central nas dinâmicas comunicacionais contemporâneas, deslocando a hegemonia tradicional da TV à medida que provedores on-line investem continuamente em tecnologias e conteúdos capazes de disputar; ou até mesmo substituir; o espaço comunicativo dos grandes veículos televisivos (Castells, 2013, p. 449).

Inicialmente, é necessário esclarecer que compreendemos, para as necessidades deste estudo, que os agrupamentos de imagens gerados pelo Google operam como um mosaico visual que induz ao aprofundamento do tema pesquisado por meio de suas múltiplas representações. Em diálogo com essa perspectiva, trazemos Marshall McLuhan (1964), para quem a notícia em mosaico se distancia da narrativa, explicação ou comentário, trata-se de uma imagem corporativa da sociedade em ação que

3 A pesquisa presencial foi realizada entre 1º e 20 de setembro com uma amostra de 2.509 pessoas distribuídas por todo o território argentino. A margem de erro é de 2,2 pontos percentuais. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/mundo/nova-pesquisa-na-argentina-indica-2o-turno-e-mostra-massa-um-ponto-atras-de-milei/> Acesso em: 01 out. 2023.

convoca a participação ativa do receptor. Nas palavras do autor, “a notícia em mosaico não é narrativa, ponto de vista, explicação ou comentário. É uma imagem corporativa em profundidade da sociedade em ação e convida à máxima participação no processo social”. (McLuhan, 1964, p. 205).

Aqui, transpomos essa noção do mosaico visual para o referido buscador da internet, entendendo o Google Imagens como um mosaico contemporâneo em um ambiente digital que organiza fragmentos visuais e estimula novas leituras, conexões e sentidos.

Esse cenário justifica o uso do Google Imagens como ferramenta inicial de mapeamento das representações midiáticas, por ser de uso popular. Com base nisso, realizamos buscas utilizando os nomes dos três candidatos separadamente. Ao clicar em “imagens”, foram identificados 366 resultados relativos a Milei, 402 associados a Massa e 281 referentes a Bullrich. Cada imagem dá acesso a um site ou vídeo no YouTube contendo notícias relacionadas aos candidatos. Dado o volume de resultados, delimitamos o corpus aos cinco primeiros ícones de cada busca, priorizando conteúdos de acesso livre e assinados por, pelo menos, um jornalista.

Partimos da hipótese de que os editoriais brasileiros poderiam projetar discursos associados à extrema direita por meio da figura de Javier Milei, especialmente considerando a momentânea ausência de elegibilidade de seu principal representante⁴ no Brasil à época. Para verificar essa possibilidade, procedemos a uma análise de conteúdo e de discurso das matérias encontradas, buscando compreender a natureza das representações construídas.

4 Trata-se então de Jair Messias Bolsonaro foi o 38º presidente do Brasil, eleito em 2018, atuando na presidência da República Brasileira no período de 1º de janeiro de 2019 à 1º de janeiro de 2023.

A investigação considerou a interação entre elementos verbais e não verbais presentes nas notícias, destacando o embate de narrativas na formação da leitura midiática e a relação entre mídia e política, esta última aqui entendida “como atividade eminentemente pública e visível nas democracias” (Lima, 2004, p. 50).

Optamos pelo método de Análise de Conteúdo de Bardin (2000), adequado para investigar processos comunicacionais, entendidos como

“um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter [...] indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. (Bardin, 2000, p. 42).

Já para analisar os discursos utilizaremos van Dijk (2008) justamente por esse autor afirmar que “uma condição importante para o exercício do controle social por meio do discurso é o controle do discurso e sua própria produção” (van Dijk, 2008, p. 43).

Por fim, o texto organiza-se em tópicos dedicados a cada candidato e candidata, seguindo ordem alfabética, de modo a garantir pluralidade analítica. A escolha dessa tríade se justifica porque, mesmo quando uma matéria destaca outro candidato na chamada, constatou-se a recorrente centralidade narrativa atribuída a Milei.

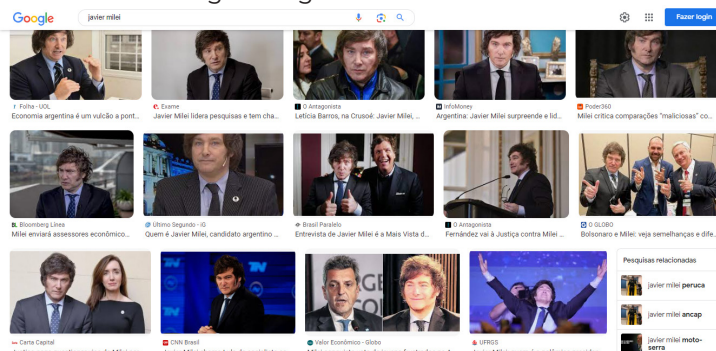
Javier Milei

A compreensão dos resultados encontrados no Google Imagens exige reconhecer que essa ferramenta opera como um mosaico visual contemporâneo. Assim como propõe McLuhan (1964), o mosaico informacional não organiza sentidos de forma linear nem narrativa;

ele convoca o leitor a articular fragmentos, interpretá-los e produzir significados no encontro entre imagens, textos e circulação social. Assim, para as necessidades deste estudo, entendemos o Google Imagens como um dispositivo que distribui, simultaneamente, representações visuais e discursivas, estruturando caminhos de leitura que emergem do entrecruzamento algorítmico das mídias em rede.

Essa dinâmica se intensifica em um contexto no qual, como aponta Castells (2013), a internet adquire centralidade na organização social e informacional. Na sociedade em rede, os fluxos digitais antecedem, disputam e até substituem formas tradicionais da comunicação de massa. Conforme já explanado na introdução, a circulação digital das imagens antecede os debates televisivos na Argentina, o que torna o Google Imagens um ponto privilegiado para observar a construção antecipada da figura pública de Javier Milei. Quando “googlamos” seu nome, surgem cinco notícias em destaque nas imagens com os pré-requisitos já explicitados que serão esboçadas a seguir.

Figura 01- Mosaico com resultado da pesquisa no Google Imagens sobre Javier Milei.



Fonte: Google. Autoria: autoria nossa.

A primeira intitulada “Como Milei põe em risco visita de Papa Francisco à Argentina⁵” assinada por Esther Reis e publicada no portal “Último Segundo” que esboça em sua narrativa, a impossibilidade de o pontífice visitar o seu país de origem no atual cenário de disputa presidencial, destacando que o procedimento é replicável a qualquer país a fim de evitar possíveis favoritismos por parte do Vaticano.

No texto é colocado uma imagem de Milei com o rosto sério e transfigurado pronto para qualquer embate. Já o Papa Francisco (1936-2025) parece em outra imagem abaixo com a mão estendida ao lado de um crucifixo seu gesto parece o de abençoar seus fiéis. A espetacularização do editorial faz com que as duas figuras dialoguem entre si e proponham um embate imaginário e hipnótico aos leitores. Para as finalidades desse estudo resolvemos unir as duas imagens, mas ressaltamos que elas parecem no editorial em separado.

Figura 02–Prints com as imagens de Milei (reprodução) e Papa Francisco (reprodução).



Fonte: Portal Último Segundo.
Autoria: autoria nossa.

Onde o mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes

5 Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/2023-10-01/milei-risco-visita-papa-francisco-argentina.html> Acesso em: 12 nov. 2025.

típicas de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência para fazer ver por diferentes mediações especializadas o mundo que já não é diretamente apreensível, encontra normalmente na visão do sentido humano privilegiado que noutras épocas foi o tato; a visão, o sentido mais abstratos, e o mais mistificável, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual. (Debord, 2003, p. 19).

O efeito é profundamente espetacular, no sentido proposto por Debord (2003). A cena aproxima Milei e Francisco como antagonistas simbólicos, convocando a imaginação do público e produzindo uma leitura que vai além do conteúdo editorial: uma espécie de confronto imagético onde a política e a religião se tensionam entre dois conterrâneos. Nesse caso, a imagem tanto ilustra a notícia, quanto constitui um polo de sentido que organiza o pensamento da recepção dos leitores.

O editorial brasileiro dá ênfase às frases polêmicas de Milei contra Francisco, acusando-o de ser um extremista. O discurso além de apontar para uma provável revolta dos católicos, maioria no Brasil, não erra seu alvo quando sua proposta é atingir um público cuja a religião não hegemônica cristã anda em passos estreitos junto ao conservadorismo dos evangélicos em crescente ascensão no país desde o ano de 2010 segundo dados do IBGE⁶.

Essa informação se torna importante quando se verifica que os evangélicos surgem nas pesquisas como principais eleitores da direita no Brasil. Em acordo com uma consulta realizada pelo Datafolha em 2018, “71% dos evangélicos do país declaram voto

6 Número de evangélicos cresce 61% no Brasil, diz IBGE. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/numero-de-evangelicos-cresce-61-no-brasil-diz-ibge,-c0addc840f0da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html> Acesso em: 01 out. 2023.

em Jair Bolsonaro no segundo turno. Ele vence com folga em todos os subgrupos–evangélicos tradicionais, pentecostais, neopentecostais e outros setores” (Machado; Franco, 2018, *online*).

Nesse seguimento, corrobora com nossas argumentações Canclini (2020) ao dizer que em um dos países com maior representatividade católica, a exemplo do Brasil, a “Teologia da Prosperidade” difundida pelos evangélicos vem ganhando espaço por motivos socioculturais e comunicacionais. Socioculturais envolvem questões de acolhimento, proteção e sociabilidade fomentados pela igreja evangélica, enquanto instituição, aos que estão a margem na sociedade. Já os comunicacionais reforçam os discursos evangélicos cotidianos através dos meios de comunicação que os representam (Canclini, 2020, pp. 38-40).

Em diálogo com isso, Canclini (2020) lembra que o avanço evangélico; impulsionado tanto por dinâmicas socioculturais quanto comunicacionais; reconfigura campos de pertencimento e consumo simbólico. Nesse horizonte, a imagem de um candidato confrontando o Papa opera como marcador ideológico dentro de mercados midiáticos sensíveis a tensões religiosas e quebrando possíveis paradigmas de opressão implementadas pela igreja desde a época da colonização das américas.

Para a figura candidata de Milei, emergir no cenário argentino, latino-americano e, por conseguinte mundial–em uma sociedade cada vez mais globalizada comunicacionalmente e informacionalmente falando–como “antissistema” e “não obedecer a protocolos” é o que o então candidato à presidência da Argentina quer assemelhar-se. Tal posicionamento “impen-sado” também agrada aos mais jovens.

Nesse fluxo, em tentar surgir como uma figura popular, segue a segunda notícia vinculada ao site do “G1” nomeada “Por que ‘carajo’, palavra usada com frequência por Javier Milei, é menos pesada na Argentina do que no Brasil?”, assinado por Felipe Gutierrez que traz em seu editorial duas professoras universitárias para suavizar o discurso que por si mesmo é extremamente machista e reforça as masculinidades presentes na ideia da representatividade da extrema direita baseados em misoginia, homofobia e transfobia.

Na matéria aludida as especialistas, explicam que a palavra espanhola “carajo” trata-se, igualmente ao português, do falo masculino não se tratando de um falso cognato. Entretanto, esclarecem que a figura de linguagem é muito usada na Argentina, a palavra serve para enfatizar determinadas expressões.

Enquanto o órgão sexual feminino, nomeado de coño, tem o tom mais usual na expressão cotidiana naquele país, utilizado por exemplo na frase “Que coño es eso?” que significa “Que coisa é essa?”. Fato que evidencia o machismo na Argentina, e é especulado por Milei, que surge cada vez mais em cenas grotescas nas quais a ideologia da ultradireita parece encontrar um campo fértil a ser explorado.

Ultimamente, Milei tem usado a expressão “Viva la libertad, carajo”, sobretudo, na rede social X, e a frase vem ganhando estamparias e se propagando no país vizinho. Um misto de mau gosto e apelação que visa principalmente as redes sociais. Javier Milei contém nesta rede 964,2 mil seguidores no dia que escolhemos iniciar este estudo.

7 Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2023/10/01/por-que-carajo-palavra-usada-com-frequencia-por-javier-milei-e-menos-pesada-na-argentina-do-que-no-brasil.ghtml> Acesso em: 01 out. 2023.

Figura 03—Página do X de Javier Milei.



Fonte: X. Autoria: autoria nossa.

Seguindo o raciocínio das redes sociais digitais, vale salientar que, na data deste estudo, Javier Milei possuía no Instagram 2,8 milhões de seguidores contra seus principais opositores: Sergio Massa, 256 mil, e Patricia, com 591 mil pessoas. Citar as redes sociais, apesar de não ser o alvo principal desse estudo, serve como um norte para a compreensão da lógica direitista averiguada. Afinal quem não domina as redes sociais não entende mais de política contemporânea.

Nesse sentido, enfatizamos que o novo modelo de campanha eleitoral segue a linguagem das redes sociais e não mais a linguagem da política. Aqui se faz importante destacar que algumas das vezes notícias podem virar cards e serem expostas nas redes sociais a exemplo do Instagram ou comentadas por diversos influencers digitais.

Neste caso, o que importa mesmo é o alcance do “megafone”, isto é, a extensão do poder mobilizador das redes, independentemente de seus conteúdos discursivos, neutralizando a visibilidade de oposições do tipo esquerda/direita. (Sodré, 2021, p. 191).

Dessa forma, a análise dos conteúdos e discursos que envolvem Javier Milei evidencia como o espetáculo midiático e as dinâmicas comunicacionais contemporâneas produzem sentidos que extrapolam o campo político argentino. Entre o confronto simbólico com o Papa e a vulgarização discursiva de expressões como *carajo*, observa-se a consolidação de uma estética da provocação, sustentada por valores conservadores e pela lógica de visibilidade própria das redes digitais. Essa construção imagética e narrativa, que combina espetáculo, religião e performance, reforça a personalização da política e revela a potência da mídia na formação de percepções ideológicas e afetivas que transcendem fronteiras nacionais.

Assim, o conjunto de imagens e discursividades que envolve Milei revela a transformação da política em espetáculo e a apropriação das redes como arenas de afeto, provocação e visibilidade. Da oposição simbólica a Francisco à retórica vulgar das redes, constrói-se uma persona que encarna tanto o extremismo performático quanto a lógica comunicacional da ultradireita.

Em convergência com o que aponta Sodré (2021), o que realmente se impõe nesse cenário não é o conteúdo discursivo, mas o alcance do “megafone” digital compreendido como uma dinâmica em que a força de mobilização e a viralização dos conteúdos suplantam o debate ideológico, convertendo a política em fluxo contínuo de afetos e signos circulantes com seus respectivos públicos alvos almejados.

Após essa breve explanação acerca das redes sociais, tão importante no contexto eleitoral do tempo presente, voltamos ao nosso recorte. Ainda na mesma matéria encontra-se um vídeo intitulado “Quem é Javier Milei?”, que além de expor sua postura

contra o aborto e o negacionismo acerca das mudanças climáticas, acrescenta que o candidato, natural de Buenos Aires, é formado em economia pela Universidade de Belgrano. Segundo o vídeo, Milei é admirador de Bolsonaro (Brasil) e Donald Trump (EUA).

Figura 04—Vídeo que destaca a admiração de Milei por representantes de direita nas Américas.



Fonte: G1. Autoria: autoria nossa.

A circulação da frase em estampas e memes reforça essa estética de transgressão, intensificando a lógica de personalização política que se tornou típica das redes sociais digitais. Esse uso estratégico das mídias insere Milei em uma lógica comunicacional em que o político ultrapassa os limites de apresentar propostas e passa a performar uma persona conectada às emoções e polarizações que a sociedade anseia, especialmente em um ambiente amplificado pelas redes digitais.

Poucas pessoas conhecem realmente os programas dos partidos políticos. E os programas são construídos a partir das sondagens da opinião pública, focando aquilo que

as pessoas gostariam, por isso tendem a ser muito parecidos, pelo menos no tipo de linguagem. As pessoas pensam através de metáforas, e criam essas metáforas com imagens. Confiança e carácter são construídos à volta da imagem de uma pessoa. (Castells; Cardoso, 2005, p. 25).

Ao utilizarmos essa premissa de Castells e Cardoso (2005), podemos facilmente aferir que essas articulações de performatividade política, antes direcionadas para a construção de uma persona em programas específicos voltados para a televisão, ganham notável destaque no universo digital.

Criam-se, assim, polêmicas que, na verdade, são as mesmas metáforas com imagens, e as plataformas e redes sociais encarregam-se de distribuir esse conteúdo, reforçando e criando confiança naquilo que as próprias pessoas desejam ver: um ator social afrontoso, que não teme qualquer tipo de poder institucionalizado e que sugere uma possível nova ordem em cenas já desgastadas.

A terceira notícia sobre Milei, no site da “Veja”, tem-se destacado “Javier Milei abre caminho rumo à Casa Rosada na base da motosserra⁸” nesse editorial, assinado por Ricardo Ferraz, a figura de Milei é denominada como “anarcocapitalista” e explica que a intenção do objeto nas mãos do candidato é uma metáfora e significa que ele almeja derrubar impostos, trocar a moeda do país pelo dólar, fechar o banco central, dentre outros assuntos pautados pelo político. Medidas extremas, mas que encontram respaldo na população que se vê dentro de uma violência causada por uma forte crise econômica e política cada vez mais espetacularizada pelos meios onde a única saída parece ser o extremismo político da direita.

8 Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/javier-milei-abre-caminho-rumo-a-casa-rosada-na-base-da-motosserra/> Acesso em: 01 out. 2023.

A consciência espectadora, prisioneira dum universo estreito, limitada pelo écran do espetáculo, para onde sua vida foi deportada, não conhece mais do que interlocutores fictícios que lhe falam unilateralmente da sua mercadoria e da política da sua mercadoria. O espetáculo, em toda a sua extensão, é seu «sinal do espelho». Aqui se põe em cena a falsa saída num autismo generalizado. (Debord, 2003, p. 164).

Segundo o jornalista anteriormente mencionado, Milei ainda é conhecido por frases idiossincráticas a exemplo de “fala com um cão morto por meio de médiuns” e “é adepto ao sexo tântrico”. E seguro de si, o mesmo profissional da informação, diz que nenhum adversário de Milei tem uma campanha de marketing sequer parecida com a do principal adversário. “Os atos são particularmente efusivos nas províncias, já que o interior conservador e agrário foi quem assegurou as votações mais expressivas à extrema direita nas prévias de agosto”. (Ferraz, 2023, *online*).

Figura 05—Javier Milei em uma passeata.
Foto: Luis Robayo/AFP.



Fonte: Site da Veja.

Debord (2003) oferece novamente um quadro teórico adequado: o espetáculo organiza uma relação social mediada por imagens, produzindo interlocutores fictícios para uma consciência espectral aprisionada. A figura de Milei, nesse editorial, emerge como personagem fabricado pelo espetáculo político contemporâneo.

A quarta imagem do mosaico dá acesso a uma notícia sobre Milei por intermédio do site “Carta Capital” e traz o seguinte enunciado: “Nova pesquisa na Argentina é marcada por indecisos e chance de derrota de Milei no 2º turno⁹”. Nesta matéria, assinada por André Lucena, o destaque dado é uma pesquisa realizada pela Universidade de San Andrés.

Javier Milei aparece pela primeira vez em um resultado de derrota em um possível segundo turno pela candidata Patricia Bullrich. “A projeção de um segundo turno entre Milei e Bullrich indica que o “libertário” teria 27% das intenções de voto, contra 29% da candidata macrista”. (Lucena, 2023, *online*).

Figura 06—Javier Milei, Patricia Bullrich e Sergio Massa.



Foto: AFP. Fonte: Carta Capital.

⁹ A pesquisa foi realizada em 29 de setembro de 2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/mundo/nova-pesquisa-na-argentina-e-marcada-por-indecisos-e-chance-de-derrota-de-milei-no-2o-turno/> Acesso em 01 out. 2023.

A fotografia que reúne Milei, Bullrich e Massa enfatiza o jogo tripartite que estrutura a eleição, revelando um cenário oscilante e altamente disputado. Esse tipo de enquadramento visual reforça a natureza competitiva da política midiaticizada: candidatos tornam-se marcas, rostos, performances. A cobertura jornalística privilegia figuras individuais em detrimento de projetos coletivos, fomentando a crescente personalização da política.

A “Folha de São Paulo” surge na quinta aparição com a imagem de Milei ao lado de Sergio Massa numa disputa que, segundo a matéria, Patricia Bullrich tem sua campanha “desidratada” ao longo da jornada a presidência argentina. O editorial dá destaque excessivo a crise pela qual os nossos vizinhos do Sul enfrentam, com gráficos que apontam a discrepância entre a classe pobre em comparação aos povos indígenas, por exemplo.

Figura 07- Uma mulher faz selfie com Javier Milei.



Fonte: Folha de São Paulo

Convém destacar que infelizmente, nos dias atuais, em 2026, quando revisitamos os links, a referida matéria só está disponibilizada para assinantes do site da Folha. Nomeado “Milei e Massa polarizam eleições em Argentina assolada pela pobreza” o editorial ainda traz um quadro com oito imagens nas quais protagonizam Milei numa feira de livros tirando uma selfie com uma mulher.

Massa, por sua vez, aparece dentro de um avião dando a impressão, para aos menos informados, de usar a máquina pública a seu favor nas eleições. Bullrich também surge com um sobretudo, em uma espécie de passeata, ao lado de outras mulheres. Ficando evidente, pela leitura das imagens, que tanto Milei quanto Bullrich tem pautas políticas endereçadas às mulheres.

Nesse contexto, o destaque dado às mulheres, tanto na figura de Patricia Bullrich quanto na presença simbólica das eleitoras retratadas, indica um campo de disputa representacional que ultrapassa a retórica partidária e penetra o imaginário social binário. Assim, a cobertura jornalística retrata o cenário eleitoral, ao passo que participa ativamente da construção de narrativas personalistas, consolidando a política como um campo de performances em que o poder da imagem se converte em simbolismo pró-feminino. Esse ponto torna-se ainda mais evidente quando observamos, a seguir, como Patricia Bullrich encarna e ressignifica essa presença feminina no jogo político argentino.

Patricia Bullrich

Utilizando o mesmo procedimento para a candidata de centro-direita Patricia Bullrich surge a primeira matéria que a tem como protagonista. Intitulada “Candidata na Argentina, Bullrich afirma que vai inaugurar prisão com nome de Kirchner

se ganhar¹⁰” e veiculada pelo site “CNN Brasil” o texto, assinado por Fernanda Pinotti, traz destaque para o ataque direto a ex-presidenta e atual vice-presidenta, Cristina Kirchner, proferido por Bullrich.

Trata-se de duas mulheres em posições políticas distintas, mas que têm relevância junto à população. Nesse ínterim de investidas femininas, os homens secundariamente ganham destaque. Massa aparece como segundo colocado nas intenções de voto, enquanto Milei permanece à frente, tecnicamente retirando tanto Bullrich da vaga a presidência no segundo turno, quanto o candidato do partido da então vice-presidenta, abrindo caminho para Milei, o favorito segundo a pesquisa divulgada pelo portal.

Figura 08- Patricia Bullrich discursa durante evento, em Buenos Aires.



Foto: Matias Baglietto. Fonte: CNN Brasil.

10 Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/candidata-na-argentina-bullrich-afirma-que-se-ganhar-vai-inaugurar-prisao-com-nome-de-kirchner/>
Acesso em: 01 out. 2025.

Além de uma fala direta de Massa, outro fato chama atenção quando um novo homem tem seu discurso destacado. Trata-se do Ministro das Obras Públicas do governo atual, Gabriel Katopodis que discursa sobre a “violência política a que o Juntos pela Mudança [partido de Patricia Bullrich] os habituou”. (Pinotti, 2023, *online*).

Apesar de ser assinada por uma jornalista, a briga entre duas mulheres é intercalada por falas masculinas que parecem dar o tom de validação aos protagonismos femininos. Fora Cristina Kirchner, que esteve à frente do cargo político de maior relevância nacional, o país tem figuras femininas de destaque como Evita Perón, o que deveria deixar os discursos dos homens, nesse contexto, mais vazios e menos estereotipados.

Os estereótipos de gênero levam as pessoas a interpretar as mulheres como possuindo características expressivas – de que são emocionais, compreensivas, gentis e compassivas –, enquanto os homens são avaliados como detentores de características instrumentais – são independentes, objetivos, ambiciosos, agressivos e experientes. (Panke; Iasulaitis, 2016, p. 391).

Neste mesmo editorial chama atenção um vídeo no qual aparece o ministro da Fazenda do Brasil Fernando Haddad, defendendo a ideia de que Milei é uma ameaça ao Mercosul pelo fato de a Argentina ser uma das principais parceiras comerciais do Brasil. No vídeo um especialista, Lourival Santana, avisa que Milei pretende romper com países comunistas classificado pelo candidato como sendo Brasil e China, o que é improvável de acontecer na visão de Santana, que por fim diz que Haddad está, na verdade,

fazendo campanha contra Milei tornando público um debate a relação entre investidores brasileiros e argentinos pautados pelos ministros.

Figura 09—Vídeo da CNN sobre opinião de Haddad sobre as eleições na argentina.



Fonte: CNN Brasil.

Na segunda imagem de Bullrich apresentada como resultados de busca do Google achamos uma matéria do site da “Veja” intitulada “Ela é fera: Patricia Bullrich pode ser a próxima presidente argentina?”¹¹. Feito por Vilma Gryzinski, o texto aborda o perfil da candidata de centro-direita, elencando suas principais características e qualidades. Dando destaque ao protagonismo feminino na Argentina as ponderações são sempre entrelaçadas com algum nome político do sexo masculino a exemplo do prefeito de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta, e os principais concorrentes de Bullrich, Milei e Massa.

Tornar público conteúdos nos quais as mulheres precisam ser pautadas por entremeios cujo os diálogos e aparições de figuras

11 Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/mundialista/ela-e-fera-patricia-bullrich-pode-ser-a-proxima-presidente-argentina> Acesso em: 01 out. 2023.

masculinas validam seus currículos é, em nosso entendimento, uma extensão do machismo político em cargos de maior representatividade, a exemplo da residência de um país sul-americano ou não. Publicizar mulheres por meio de embasamento político masculino é um discurso predominante na mídia e replicável até por democratas. Nesse fluxo, rememoramos o pensamento de Lima (2004).

“A política nos regimes democráticos é (ou deveria ser) uma atividade eminentemente pública e visível. E é a mídia – e somente ela – que define o que é público no mundo contemporâneo” (Lima, 2004, p. 51).

Sendo assim, seria a mídia também uma grande responsável pelo surgimento de discursos e conteúdos nos quais a mulher parece nunca ter oportunidade de surgir como um fenômeno do seu próprio esforço, sem necessariamente recorrer aos seus predecessores mesmo sendo figuras masculinas de grande importância política que de certa maneira é razoavelmente aceitável pela população tendo em vista uma conjuntura na qual as suas antepassadas sequer tinham direito ao voto, tampouco há uma historicidade política puramente feminina.

Na sequência das buscas surge uma terceira imagem cuja o link acessou a reportagem da “Gazeta do Povo”, assinada por Isabella de Paula, nomeada por “Patricia Bullrich: a ex-guerrilheira e ex-ministra de Macri que virou à direita¹²”. Neste editorial, Javier Milei é apenas citado no final da matéria. A então candidata Patricia Bullrich aparece em seu protagonismo feminino novamente permeada por nomes de homens e a influência de sua avó

12 Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/mundo/patricia-bullrich-a-ex-guerrilheira-e-ex-ministra-de-macri-que-virou-a-direita/> Acesso em: 01 out. 2025.

(não identificada) para entrar na Juventude Peronista, movimento de esquerda contra a ditadura na Argentina.

Mesclar narrativas do discurso em que homens e mulheres têm seu papel na formação política de Bullrich não deixa de ser uma estereotipação de gênero. No entanto, percebe-se que bem pensados, exemplificando, a avó, conforme mencionado anteriormente, não aparece com seu nome próprio, o que deixa as ações de juventude de Patricia a um mero fato ocorrido no calor da jovialidade, enquanto seus outros atos mais politizados e eficazes no ponto de vista da direita são mensurados na companhia de figuras masculinas, o que consideramos uma estratégia eleitoral do discurso exposto acerca da candidata em um tom patriarcal e heteronormativo.

Os estereótipos de gênero podem impactar as estratégias eleitorais das candidatas. Constatando que há pontos de vista comuns sobre as capacidades e responsabilidades típicas de candidatos do sexo masculino e feminino, as estratégias de campanha podem estar voltadas a apelos considerados mais eficazes. (Panke; Iasulaitis, 2016, p. 394).

Diante desse conjunto de discursos midiáticos, observa-se que, mesmo quando figuras femininas alcançam posições de relevância política, sua representação ainda é condicionada por mediações masculinas que legitimam suas trajetórias e enquadram suas competências. A recorrência desse padrão, presente tanto em veículos de grande circulação quanto em abordagens supostamente neutras, evidencia a persistência de uma lógica patriarcal que estrutura o imaginário social e influencia a percepção pública sobre lideranças femininas.

Assim, ao invés de visibilizar as candidatas como agentes plenos de sua própria história, a mídia frequentemente as reinscreve em molduras tradicionais que reforçam estereótipos e relativizam sua autonomia, contribuindo para a reprodução de desigualdades simbólicas no campo político. Nesse cenário, compreende-se o alerta dos autores supracitados para quem os estereótipos de gênero seguem operando como variáveis determinantes na construção das estratégias eleitorais e na recepção das candidaturas femininas.

Na quarta imagem, Bullrich aparece discretamente em uma matéria assinada por Pedro Jordão com informações de Gilles Salomone, correspondente espanhol. Intitulado “Quem é Patricia Bullrich, candidata da direita que vai disputar a Presidência da Argentina¹³”, o texto traz muitas informações sobre a presidencial, desde o time pelo qual torce, até a tríade com suas principais propostas de governo. O que chama atenção nesse editorial é um vídeo que dá acesso à informação de que Milei tem dos argentinos um forte favoritismo, sendo vencedor nas eleições primárias do país.

Figura 10–Milei aparece como ganhador das eleições primárias na Argentina.



Fonte: Site da CNN.

13 Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/quem-e-patricia-bullrich-candidata-da-direita-que-vai-disputar-presidencia-da-argentina/> Acesso em: 01 out. 2025.

Em sua quinta aparição nas imagens no buscador do google Brasil, Patricia Bullrich, surge na matéria assinada por Maira Vasconcelos no site “Jornal GGN”. Com o título “Quem é Patricia Bullrich, a representante da direita “linha dura” na Argentina, com chances eleitorais¹⁴”, o texto esboça um possível favoritismo de Bullrich frente a seus adversários, inaugurando já na sua segunda frase a presença de Milei e sua repercussão midiática. Apesar de dá destaque a Bullrich o texto foca ainda em sua pré-candidatura e na sua aposta em implementar a liberação das armas não letais de eletrochoques, que estava proibidas de serem usadas no país, para aumentar a segurança pública em espaços urbanos coletivos de pequeno porte como estações de metrô, trens e aeroportos. Um debate público que se estendeu por muito tempo no país pois as referidas armas elétricas já haviam sido compradas, mas condenadas ao não uso.

Assim, trazer à tona temas contemporâneos conduz Bullrich para assuntos mais atuais e já com possíveis soluções apontadas em sua presença em programas televisivos locais, aumentando a chance de um debate mais amplo, atual e público.

“Na medida em que aumenta a velocidade da informação, a tendência política é a de afastar-se da representação e delegação de poderes em direção ao envolvimento imediato de toda a comunidade nos atos centrais de decisão” (McLuhan, 1964, pp. 184-185).

Diante das análises realizadas, torna-se evidente que a presença de Patricia Bullrich no espaço midiático argentino e brasileiro é

14 Disponível em: <https://jornalggn.com.br/america-latina/quem-e-patricia-bullrich-a-representante-da-direita-linha-dura-na-argentina/> Acesso em: 01 out. 2025.

sistematicamente mediada por escolhas discursivas e conteudistas que a deslocam de um protagonismo político autônomo para uma posição dependente de representatividades masculinas. Mesmo quando a candidata é o foco principal das matérias, sua imagem é frequentemente tensionada por comentários, comparações e até mesmo validações provenientes de homens, sejam eles adversários, aliados, familiares especialistas ou representantes institucionais.

Tal dinâmica reafirma estereótipos de gênero já naturalizados no campo político, ao passo que limita a possibilidade de construção pública de uma liderança feminina desvinculada de tutelas simbólicas. Assim, o papel da mídia torna-se uma estereotipação de gênero no sentido de produção e reprodução de imaginários patriarcais, contribuindo para a manutenção de estruturas históricas de desigualdade e para a consolidação de um cenário em que lideranças femininas continuam a emergir sob condições de visibilidade assimétrica e de constante referencialidade masculina.

Sergio Massa

Seguindo o mesmo procedimento com os demais candidato e candidata, buscou-se o representante da esquerda na campanha argentina. Logo, Sérgio Massa, surge no primeiro ícone que dá acesso a matéria “Eleições na Argentina: quem é o “italiano” Sergio Massa, amigo de Riquelme e candidato governista¹⁵” no “site da CNN”.

Assinado por Joaquim Dória, o editorial enfatiza o fato de Massa ser filho de imigrantes europeus, chegando à Argentina

15 Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/eleicoes-na-argentina-quem-e-o-italiano-sergio-massa-amigo-de-riquelme-e-candidato-governista/>
Acesso em: 01 out. 2025.

com 6 anos de idade. A naturalidade de Massa então é posta como um elemento que o distancia de uma origem genuinamente argentina. O texto traz um histórico da carreira política do candidato construída ao longo de sua trajetória, desde os idos da juventude. A família é destaque em um subtópico chamado “O encontro entre a política e o espetáculo”, que aborda o casamento de Sergio Massa com Malena Galmarini, o que Massa chama de família reunida assim como o seu partido União pela Pátria. Um teor de conservadorismo branco e heteronormativo nesse discurso nos leva aos escritos de van Dijk (2009) ao dizer que:

Os grupos de poder envolvidos nesse processo formam o que se costuma falar de as elites simbólicas. Um caso específico dessa classe de discurso são as reportagens jornalísticas divulgadas pelos meios de comunicação, que não apenas descrevem os eventos atuais e suas possíveis consequências como apresentam essencialmente as ações e representam as opiniões das elites política, econômica, militar e social do poder. (van Dijk, 2009, p. 53).

Na segunda imagem do Google Brasil, Massa, aparece em texto escrito por Patrick Gillespie e Ignacio Olivera Doll, intitulado por “Argentina: ministro da Economia é escolhido candidato peronista à presidência¹⁶” os jornalistas escrevem que Massa possui proximidade com o governo estadunidense de Joe Biden e está à frente nas negociações com o FMI. Além do fato do atual presidente peronista, Alberto Fernández, não se candidatar à reeleição, abrindo margem para sua candidatura pelo partido

16 Disponível em: <https://www.bloomberglinea.com.br/internacional/argentina-ministro-da-economia-e-escolhido-candidato-peronista-a-presidencia/> Acesso em: 01 out. 2025.

Unión por la Patria. Javier Milei é citado na matéria como um dos concorrentes e surge em um carrossel, em cards, com todos os outros candidatos, socializando a política argentina.

A maioria das sociedades contemporâneas pode ser considerada como “centrada na mídia” (media centric), uma vez que a construção do conhecimento público que possibilita, a cada um de seus membros, a tomada cotidiana de decisões nas diferentes esferas da atividade humana não seria possível sem ela. Um bom exemplo dessa centralidade é o papel crescente da mídia no processo de socialização e, em particular, na socialização política. (Lima, 2004, p. 51).

Na terceira aparição de Massa no mecanismo de busca utilizado neste estudo encontramos a matéria assinada por Márcio Resende no “site RFI”, chamado como “Candidato governista à Presidência da Argentina recebe ajuda financeira do Brasil e apoio de Lula¹⁷”. O conteúdo versa sobre a ajuda que o então candidato à presidência da Argentina veio buscar no Brasil, no que se refere ao apoio do presidente Lula, além do pleito para que seu país participe do Brics dentre outras pautas que visam evitar que a economia argentina entre em colapso ainda na sua gestão, enquanto ministro da economia. O texto destaca falas de Javier Milei ao afirmar que não faria negociações com países comunistas, expondo o discurso do candidato que certamente encontra em poucas linhas seu grupo de interesse, as pessoas da extrema direita que rompem com quaisquer atitudes que venham acopladas com figuras de destaque da esquerda.

17 Disponível em: <https://www.rfi.fr/br/am%C3%A9ricas/20230828-candidato-governista-%C3%A0-presid%C3%A2ncia-da-argentina-recebe-ajuda-financeira-do-brasil-e-apoio-de-lula> Acesso em: 01 out. 2025.

O exercício e a manutenção do poder social pressupõem uma estrutura ideológica. Essa estrutura, formada por cognições fundamentais, socialmente compartilhadas e relacionadas aos interesses de um grupo e seus membros, é adquirida, confirmada ou alterada, principalmente, por meio da comunicação e do discurso. (van Dijk, 2008, p. 43).

A quarta figura na qual surge o candidato de esquerda argentino dá acesso as proposições assinadas por Agustino Fontevicchia denominadas “Quem é Sergio Massa, o ministro da Economia que tenta salvar a Argentina¹⁸” relatam que Massa sempre foi um personagem ambíguo: oportunista e carismático sem nunca esconder seu desejo em ocupar o maior cargo político argentino.

Segundo o artigo Massa é reconhecido como uma espécie de salvador da pátria, ou seja, o único com capacidade de tirar o país de uma catástrofe econômica maior. Todavia, seus inimigos políticos o apelidaram de “Ventajita” o mesmo que “vantaginha”, no português, ou “o que tiraria vantagem em tudo”, fato que causa a ele uma enxurrada de memes nas redes sociais e o prejudica.

“É por esta razão que a imprensa parece estar desempenhando mais fielmente seu papel justamente quando apresenta o lado sujo das coisas. Notícia é sempre má notícia—má notícia a respeito de alguém ou para alguém”. (McLuhan, 1964, p. 186).

18 Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/08/quem-e-sergio-massa-o-ministro-da-economia-que-tenta-salvar-a-argentina/> Acesso em: 01 out. 2025.

Figura 11–Sergio Massa. Foto: Matias Baglietto.



Fonte: site da Forbes.

A quinta ilustração com Sergio Massa dá acesso a uma publicação designada “Quem é o polêmico Javier Milei, vencedor das primárias da Argentina; entenda¹⁹”. O escrito é originário do site “Humanista, jornalismo e direitos humanos”–produzido por estudantes do curso de jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)–assinado por Pedro Alt e traz Milei como protagonista.

Figura 12–Javier Milei.



Fonte: Site Humanista.

19 Disponível em: <https://www.ufrgs.br/humanista/2023/08/21/javier-milei-eleicoes-argentinas/> Acesso em: 01 out. 2025.

No texto o jornalista explica o que são as P.A.S.O (Primárias, Abertas, Simultâneas e Obrigatórias) que acontecem desde 2009, na Argentina. Ocorrida em 13 de agosto de 2023, as primárias servem para escolher os cinco primeiros candidatos, já mencionados, inscritos para o pleito a ser realizado em 22 de outubro do mesmo ano. A publicação ainda dá destaque a um vídeo da BBC News que explana acerca da campanha de Milei.

Figura 13—Quem é Javier Milei? Vídeo da BBC News.



Fonte: Site Humanista.

O escrito destaca o impacto negativo para toda América do Sul com a vitória de Milei, que dentre suas propostas destaca o fechamento do Banco Central argentino, algo que nunca foi feito antes no mundo por nenhum país, e que foi anunciado pelo então professor de economia. Posicionado contra o aborto, além da sua popularização com os mais jovens nas redes sociais do país vizinho, Milei vem ganhando espaço nas mídias e nas intenções de voto dos argentinos.

Para além dessas formas prescritivas de discurso, as ações futuras também podem ser influenciadas por descrições

dos acontecimentos, ações ou situações futuras ou eventuais; por exemplo, em previsões, planos, cenários, programas ou alertas, algumas vezes combinados com diferentes formas de conselho. Os grupos de poder envolvidos nesses processos são geralmente profissionais (experts) e sua base de poder assenta-se muitas vezes sobre o controle do conhecimento e da tecnologia. (van Dijk, 2009, p. 52).

O editorial abre uma interessante prerrogativa acerca das redes sociais. Local do ciberespaço onde o conservadorismo tende a ter uma maior difusão entre os mais jovens. Com uma fotografia atribuída a sua origem as redes sociais a matéria intitula a imagem abaixo como: “Milei conseguiu um grande número de seguidores em redes sociais a partir de aparições midiáticas”. Nesse sentido rememoramos o que diz van Dijk (2009), que certos grupos majoritários que dominam o poder têm em sua composição profissionais com expertises nas quais a bases assentam-se nos modos como controlam tanto o conhecimento quanto a tecnologia vigente. (van Dijk, 2009, p. 52).

Figura 14—Milei conquista a simpatia de eleitores mais jovens.



Fonte: Site Humanista.

A análise das representações midiáticas de Sergio Massa evidencia como sua imagem pública é construída a partir de um conjunto de discursos que oscilam entre a legitimação tecnocrática, o enfoque moral e a disputa simbólica com adversários que emergem como polos narrativos concorrentes, sobretudo Javier Milei. As matérias analisadas recorrem sistematicamente a elementos biográficos, familiares e geopolíticos que, ao mesmo tempo em que reforçam a apresentação de Massa como figura de estabilidade institucional, também o submetem ao crivo seletivo das elites simbólicas que controlam a produção e a circulação do conhecimento político.

Nesse processo, observa-se que a mídia descreve o cenário eleitoral, ao passo que participa ativamente da construção de expectativas sociais, reforçando imaginários de salvação ou ameaça, de competência ou oportunismo, de governabilidade ou colapso. Ademais, a interposição constante de Milei como antagonista; seja por meio de cards, vídeos, declarações ou projeções de futuro; demonstra a centralidade da lógica mediática na organização das narrativas políticas contemporâneas, intensificada pelo ecossistema digital e pelo papel das redes sociais na difusão de discursos radicais.

Considerações finais

Aqui se faz importante deixar claro que não culpabilizamos os jornalistas nem as jornalistas que escreveram as notícias, uma vez que cada pessoa trabalha para um meio diferente. Escolhemos notícias assinadas pelo valor que a classe jornalística como um todo é merecedora de reconhecimento, fluidez dos textos e evitar propagação de fake news, tão presentes no tempo contemporâneo.

Ao analisarmos os discursos dos três principais concorrentes ao maior posto da Casa Rosada percebemos um viés conservador que pauta as discursividades eleitorais numa postura heteronormativa, branca e cisgênero na figura dos presidencialíveis. Isso não significa dizer que em seus planos de governo seguem a mesma linha da apresentação de suas imagens, mas que as eleições na Argentina estão mais conservadoras.

Poderíamos parecer mais interessantes, relatar acerca das comparações que a imprensa faz imagetivamente de Javier Milei com o ex-presidente da república do Brasil, cujo mandato encerrou-se em 2022, e, sobretudo, dado vista a sua recente inelegibilidade. Todavia, acredita-se que enquanto não surge outra figura de extrema direita brasileira, para substituí-lo, os discursos propostos por Milei acabam por suprir essa carência representativa no Brasil, ou seja, a pauta direitista estabelecida pelo candidato argentino deixa uma chama da extrema direita acesa, nos editoriais do nosso país, passíveis de serem replicadas em outras nações. Nesse sentido entender o que se passa nesses discursos pré-campanha, difundidos pela mídia, torna-se essencial para compreender as ações da extrema direita no que diz respeito sua propagação em campanhas eleitorais em busca de seus respectivos públicos alvo.

Em outras palavras quando o país está sendo guiado por um governo de esquerda parece mais plausível para a imprensa destacar figuras da direita no sentido de terem uma válvula de escape, em acordo com o que a população “deseja”, nas palavras de McLuhan, “Os donos dos meios sempre se empenham em dar ao público o que o público deseja, porque percebem que a sua força está no meio e não na mensagem ou na linha do jornal.” (McLuhan, 1964, p. 197).

De origem argentina, tais assuntos, são na maior parte dos casos, replicados no Brasil com informações com temas tabus e impactantes, enaltecendo previsões de cenários políticos precisamente com imagens de efeito que constroem discursos politizados cada vez mais afunilados em seu conteúdo, visando atingir seus públicos alvo em um movimento que parece muitas das vezes romper fronteiras territoriais justamente pelo auxílio das tecnologias. Materiais de divulgação ou que pareçam ser ocasionais são facilmente traduzidos e difundidos em outros países. Aqui, obviamente nos detemos a analisá-los no âmbito do Brasil.

Com a iminência das eleições presidenciais no Brasil no ano de 2026, resta-nos observar como os discursos conservadores irão ser apropriados pela mídia nacional ante a inexistência, até o momento, de uma figura forte representativa da direita brasileira.

Referências bibliográficas

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: edições 70, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Trad. Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Org.). **A sociedade em rede: do conhecimento à acção política**. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005. Disponível em: <https://diego-delpasso.com/wp-content/uploads/2016/05/manuel-castells-a-sociedade-em-rede.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2025.

CANCLINI, Néstor García. **Ciudadanos Reemplazados por Algoritmos**. Bielefeld University Press, 2020.

DEBORD, Guy. **A sociedade do Espetáculo**. E-books Brasil: Coletivo Periferia, 2003.

LIMA, Vinicius A. de. Sete teses sobre mídia e política no Brasil. São Paulo: **Revista USP**, 2004.

MACHADO, Leandro; FRANCO, Luiza. Eleições 2018: os valores e ‘boatos’ que conduzem evangélicos a Bolsonaro. São Paulo. **BBC News**, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45829796> Acesso em: 01 out. 2025.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo, Editora Cultrix. 1964.

PANKE, Luciana; IASULAITIS, Sylvia. Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais. Campinas: SP, **Opinião Pública**, v.22 n.2 p. 385-417, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/nPwPLVHpnbf3sYpTZps-9WCs/abstract/?lang=pt> Acesso em: 13 out. 2025.

SODRÉ, Muniz. **A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

VAN DIJK, Teun A. van. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008.





Pierre Bourdieu

Marcelo Bolshaw

Pierre Bourdieu foi um dos mais importantes sociólogos franceses, autointitulado como sendo *um construtivismo estruturalista ou estruturalismo construtivista*. “Estruturalista” porque admitia que existem estruturas objetivas no mundo social que condicionam a ação e a representação dos agentes e instituições. No entanto, esses têm autonomia e podem tanto transformar como conservar as estruturas objetivas que os condicionaram. Daí, então, “o construtivismo”. A essa dupla valência do construtivismo estruturalista, em que as condições objetivas e os esquemas subjetivos interagem, chama-se **Práxis**.

Bourdieu supera assim tanto o **objetivismo estruturalista** (com ênfase no condicionamento social) como o **idealismo fenomenológico** (que crê na preponderância das práticas sociais e dos seus esquemas subjetivos na construção da realidade social).

De modo geral, a teoria sociológica de Bourdieu tem três conceitos principais: **Campo Social**, **Capital** e **Habitus**.

Um campo pode ser definido como uma rede estruturada de agentes e instituições ou uma configuração de relações objetivas entre posições, onde os agentes estão em concorrência pelos seus troféus específicos, seguindo regras (de ingresso, de premiação e de exclusão) igualmente específicas. Para Bourdieu, nas sociedades altamente diferenciadas como a nossa, o cosmos

social é constituído do conjunto desses “campos”, **microcosmos sociais relativamente autônomos, espaços de relações objetivas que são o lugar de uma lógica e de uma necessidade específicas e irredutíveis às que regem os outros campos.** Por exemplo: o campo artístico, o campo religioso e o campo econômico obedecem a lógicas diferentes. Em cada campo específico existe um conjunto de interesses fundamentais compartilhados que garantem sua existência e funcionamento. Como em um jogo qualquer, há disputa, mas também acordos. E se por um lado o conceito de campo ilumina, sobretudo, as cenas onde se realizam as **lutas entre forças opostas**, por outro também chama a atenção para a **cumplicidade entre os agentes interessados** nesta disputa.

O que permite estruturar os Campos Sociais é a posse de diferentes tipos de Capital. A posição dos agentes no espaço dos campos depende do volume e da estrutura de seu Capital. A fim de sistematizar melhor o conceito, Bourdieu (2000, pp. 134-135) distingue quatro tipos de Capital: **Capital Econômico** propriamente dito; **Capital Cultural**, conjunto das qualidades intelectuais produzidas pelo sistema escolar ou transmitidas pela família; **Capital Social**, definido pelo conjunto das relações sociais de que dispõe um indivíduo ou um grupo; e **Capital Simbólico**, correspondente ao conjunto de rituais ligados à honra e ao reconhecimento.

Outra noção fundamental da sociologia é o conceito de **Habitus**, ou a prática social resultante da interiorização das regras da estrutura social, que os agentes passam adotar “naturalmente” e nunca são contestadas. O Habitus implica na reprodução inconsciente do passado e explica porque a ação social

repete esquemas subjetivos, elaborados a partir da experiência da estrutura objetiva. A práxis, **a interação transformadora entre as condições objetivas e os esquemas subjetivos**, também pode ser entendida como produção de uma nova realidade social, enquanto as práticas sociais funcionam como reprodução das condições estruturais, devido a ação do Habitus.

O próprio Bourdieu tratou – de forma superficial e preconceituosa, diga-se de passagem – do impacto do jornalismo sobre os campos político e acadêmico, no polêmico livro *Sobre a televisão* (1997). Na verdade, trata-se de uma (tentativa de) defesa da autonomia desses campos sociais contra sua midiaticização. É um texto militante que deixa em aberto a exploração analítica de vários pontos. A verdade é que o conceito de Campo Social é o que melhor permite entender o regime de centralidade da mídia no contexto da sociedade contemporânea.

Com a teoria de Pierre Bourdieu, um novo conceito é introduzido na sociologia para refletir sobre a conduta humana: trata-se do conceito de prática social (termo retirado do conceito de práxis social de Karl Marx). Para Bourdieu, as práticas sociais tendem a se conformar a esquemas de percepção e ação que são incorporados pelos indivíduos em seu processo de socialização. Esses esquemas prévios de comportamento são chamados por ele de Habitus. O Habitus é incorporado pelos agentes, “naturalizando” as práticas sociais. Nesse contexto, as práticas sociais equivalem a uma série de ações sociais recorrentes e semi involuntárias, tanto em relação aos indivíduos e ao micro espaço cotidiano quanto dos agentes coletivos em relação à sociedade como um todo.

Mas, ao contrário das atividades triviais, as práticas sociais no sentido sociológico sempre dão ênfase à disputa e à cooperação

entre agentes. **As práticas sociais reproduzem e negociam as trocas entre as relações de dominação, de contestação e de submissão.** As práticas sociais surgem como a forma pela qual os homens interagem entre si e com o meio ambiente.

E se fossemos analisar essas práticas do ponto de vista da produção de sentido? Ao invés de investigar o aspecto social das mediações, observaremos seu aspecto cognitivo. O sentido é produzido pela prática e a prática reproduz (ou muda) um determinado sentido. **Então, não se trata do estudo institucional e social dos meios de comunicação (a mídia), mas sim do estudo das práticas de comunicação (as mediações).**

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

_____. **Sobre a Televisão**: seguido de A Influência do Jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

*Imagem de Pierre Bourdieu gerada por IA a partir de prompts elaborados por Hélder Nóbrega.



O sensacionalismo e a busca pela audiência: uma análise sobre o filme *O Abutre* à luz de Pierre Bourdieu e Raymond Williams

Ana Kamila Silva Azevedo¹

O sensacionalismo jornalístico é uma prática que prioriza o impacto emocional sobre a precisão e a profundidade da informação. No Brasil, especialmente nos noticiários televisivos, essa abordagem tornou-se comum na busca constante por audiência e pelo tão almejado “furo de reportagem”. A exploração excessiva de crimes, tragédias e situações de sofrimento é uma marca desses programas, que muitas vezes transformam acontecimentos delicados em espetáculos midiáticos.

Um dos exemplos mais marcantes desse tipo de exploração foi o caso Eloá², no qual uma jovem assassinada por feminicídio

1 Jornalista e Publicitária. Produtora Cultural na Pró-Reitoria de Extensão da UFRN. Mestre em Gestão da Informação e do Conhecimento pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (UFRN). Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (UFRN). E-mail: kamila.azevedo@ufrn.br.

2 Disponível em: https://revistacenarium.com.br/jornalismo-ou-entretenimento-apos-15-anos-caso-eloa-retoma-debate-sobre-responsabilidade-da-midia/?utm_source=chatgpt.com Acesso em: 22 jan. 2025.

teve sua morte amplamente difundida pela mídia brasileira ao vivo. Anos se passaram, documentários foram realizados, além de diversos editoriais que enfatizam a tragédia midiática, e mesmo assim ainda não se supera o fato de uma cultura patriarcal ter solapado a vida de uma jovem em detrimento de uma noção errônea de que o fatídico não aconteceria, priorizando horas de noticiários televisivos e suas especulações.

Percebe-se que se trata na verdade de um fenômeno mundial, pois, nesse fluxo, foi lançado no Brasil em 07 de novembro de 2014, o filme *O Abutre* (EUA, HD Digital, 1h57', 2014), dirigido e escrito por Dan Gilroy, obra cuja história é centrada na produção de conteúdo televisivo no campo do jornalismo criminal independente da cidade de Los Angeles. Por meio da jornada vivida pela personagem Louis Bloom (interpretada por Jake Gyllenhaal), temos o desenho de uma conjuntura pautada pela busca por audiência e pelo impacto do sensacionalismo na produção de notícias.

A partir da perspectiva teórica de Pierre Bourdieu (1997) e Raymond Williams (2016), autores que fizeram um panorama sobre o desenvolvimento da televisão enquanto tecnologia, meio de produção e instrumento redefinidor da nossa cultura, iremos analisar de que maneira o filme *O Abutre* representa a manipulação e a comercialização das notícias, em uma caça, não só pela audiência, como também pelo sensacionalismo na produção dos conteúdos midiáticos.

No início do filme *O Abutre*, a personagem Louis Bloom são bastante enfáticos: está em busca de um emprego, mesmo que isso signifique que não seja em uma área em que ele tenha uma formação profissional-qualificação que ele não possui, diga-se de passagem. Entre um ato ilegal e outro, ele acaba encontrando a

oportunidade que tanto procurava ao ver o cinegrafista Joe Loder (Bill Paxton) trabalhando. Joe filma a seguinte cena: um acidente de carro, o veículo sendo consumido pelas chamas e os agentes de trânsito fazendo o resgate da vítima.

Observador, Louis pergunta a Joe onde aquelas imagens serão veiculadas. O cinegrafista responde que em algum jornal matutino, na emissora “que pagar mais”. “Se sangrar, é manchete”³, isso é suficiente para convencer Louis a entrar no ramo dos *nightcrawlers*, ou seja, rastreadores noturnos—aquelas pessoas que passam a noite/madrugada nas cidades monitorando as frequências de rádio da polícia e indo filmar as cenas que podem se transformar em notícias nos canais de televisão da localidade—Los Angeles, no caso do filme.

O objetivo desses profissionais é muito claro: ser o primeiro a chegar ao local de informação, para ter, não só a exclusividade das imagens, como também para satisfazer a necessidade de urgência pelo furo⁴ da notícia, o que é determinante para os meios que estão inseridos na disputa pelos índices de audiência.

Neste sentido, um dos pontos abordados por Bourdieu, no livro *Sobre a Televisão*, é o senso/efeito de emergência que a televisão possui e também o peso que os conteúdos abordados por este meio têm, o que é representado pela *agenda*⁵.

Além disso, Bourdieu (1997) comenta sobre a tendência do mercado televisivo passar a ser dominado pela necessidade

3 Expressão encontrada no próprio filme *O Abutre* (2014).

4 “Notícia importante publicada em primeira mão por um jornal ou por qualquer outro meio de comunicação de massa”. (Barbosa; Rabaça, 2001, p. 337).

5 “A hipótese do *agenda-setting* sustenta que as pessoas passam a agendar seus assuntos e suas conversas em função do que é veiculado pela mídia. Ou seja, os veículos de comunicação de massa determinam os temas sobre os quais o público falará ou discutirá”. (Barbosa; Rabaça, 2001, p. 175).

do furo e dos índices de audiência e que a consequência disso tudo seria a uniformização dos conteúdos, das notícias e dos programas televisivos.

Tudo isso faz com que a influência incessantemente ampliada de um campo jornalístico, ele próprio sujeito a uma influência crescente da lógica comercial sobre um campo político sempre obcecado pela tentação da demagogia (muito especialmente em um momento em que a pesquisa de opinião lhe oferece o meio de exercê-la de maneira racionalizada), contribua para enfraquecer a autonomia do campo político e, por conseguinte, a capacidade concedida aos representantes (políticos ou outros) de invocar sua competência de *peritos* ou sua autoridade de *guardiães dos valores coletivos*. (Bourdieu, 1997, p. 115–116).

Neste ponto, uma das reflexões que o filme *O Abutre* faz é que não basta aos rastreadores noturnos terem as imagens-em-qualidade, diga-se de passagem. É preciso entender o campo de produção de uma informação jornalística. Ou seja, ter um olhar para a contextualização dos fatos, ter a visão de um jornalista no ato da apuração da informação e ter a preocupação também com a relação que passam a estabelecer com os meios de comunicação.

O mundo do jornalismo pode sofrer diversas influências, como do campo econômico, do político, e, principalmente, do de produção. Bourdieu (1997) comenta que a opinião e o pensamento do jornalista sofrem com a pressão pelos índices de audiência, com a interferência da posição do órgão de imprensa em que ele atua e da própria posição que o profissional ocupa no jornal ou na emissora.

Figura 01–Frame do filme *O Abutre* (2014), de Dan Gilroy, aos 16’25” do longa, quando a personagem Louis Bloom visita os estúdios da KWL A News.



Fonte: Adoro Cinema. Autoria: Frame publicada em 18 de novembro de 2014.

Em uma das cenas de *O Abutre*, Lou Bloom⁶ recebe orientações de Nina Romina (Rene Russo), diretora de notícias do turno da noite da emissora a qual a personagem passa a fornecer imagens em primeira mão:

Gostamos de crimes. Mas não de todos. Um roubo de carro em Compton⁷ não é novidade. O público quer saber de crimes urbanos que estejam se alastrando para os subúrbios. Ou seja, com uma vítima ou vítimas, preferencialmente, brancos endinheirados feridos por pobres ou por uma minoria. Acidentes também com carros, ônibus, trens, aviões, incêndios. [...] A forma mais clara de explicar a você, Lou, sobre o que gostamos de

⁶ Alcinha que a personagem principal do filme passa a adotar após se transformar em um rastreador noturno.

⁷ Compton é uma cidade situada no sul do condado de Los Angeles, Califórnia.

mostrar é pensar no nosso jornal como uma mulher aos berros correndo pela rua com a garganta cortada. (*O Abutre*, 2014).

Com seu perfil e caráter observador e obstinado, Lou se diferencia dos demais profissionais da sua área rapidamente—o que faz com que ele também prospere de forma veloz. Com o tempo, para ele, não bastará mais ser o primeiro na cena dos acontecimentos. Ele passará a querer ser o diretor dos fatos, algumas vezes, inclusive, chegando a alterar os locais em que os acidentes e crimes ocorrem. Fato que tem a ver com o que Bourdieu (1997) chama de “efeito do real”: a televisão “pode fazer ver e fazer crer no que faz ver” (Bourdieu, 1997, p. 28).

Figura 02—Frame do filme *O Abutre* (2014), de Dan Gilroy, aos 40'55" de longa, quando Lou Bloom manipula uma cena de crime



Fonte: Adoro Cinema. Autoria: Frame publicado em 18 de novembro de 2014.

Como se pode perceber, a postura de Lou Bloom, no decorrer do filme *O Abutre*, contraria, em diversos momentos, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Em seu Art. 4º, por exemplo, o documento afirma que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação” (Associação Brasileira de Imprensa: Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros).

Também cabe citar em relação ao modo de trabalho da personagem, o inciso II do Art. 11, que diz que o jornalista não pode divulgar informações “de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes” (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA, Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros).

No livro *Showrnalismo: A Notícia como Espetáculo*, o jornalista José Arbex Jr. fala sobre um tema que dialoga diretamente com *O Abutre*: o tratamento dado, pelos meios de comunicação, à notícia como um verdadeiro espetáculo. A espetacularização da notícia é uma tendência vista, principalmente, no telejornalismo e isso é um resultado da transformação da notícia em um produto de entretenimento. Exemplos desse tipo de situação são os programas de jornalismo policial, como o finado “Aqui Agora”⁸ e o atual “Cidade Alerta”⁹.

O sistema econômico fundado no isolamento é fundamenta a técnica, e, em retorno, o processo técnico isola. Do autômico à televisão, todos os bens selecionados pelo sis-

8 Telejornal que foi ao ar pelo SBT entre os períodos de 1991 a 1997 e em 2008.

9 Programa jornalístico que vai ao ar pela Rede Record desde 1995.

tema uma produção circular do isolamento. O isolamento espetacular são também as suas armas para o reforço constante das condições de isolamento das “multidões solitárias”. O espetáculo reencontra cada vez mais concretamente os seus próprios pressupostos. (Debord, 2012, p.18).

Vivemos em um tempo no qual a informação circula em uma velocidade instantânea, mas isso não significa que estamos mais conectados de maneira significativa. O excerto de Guy Debord (2012), acima, evidencia a lógica do que ele chamou de *sociedade do espetáculo*, em que a vivência direta é substituída pela representação, na qual o isolamento dos indivíduos é tanto um ponto de partida quanto um produto final do processo.

A televisão, enquanto veículo central desse espetáculo, exemplifica essa dinâmica com preponderância. Através de programas sensacionalistas, como *Cidade Alerta* ou *Brasil Urgente*, somos bombardeados por uma narrativa que transforma crimes, tragédias e desastres em entretenimento diário. O que deveria ser informação se torna espetáculo e essa espetacularização não nos aproxima da realidade, mas nos distancia dela, ao reduzir a complexidade dos fatos a uma sucessão de imagens chocantes, trilhas sonoras tensas e conclusões apressadas, além de inúmeros depoimentos de pessoas que mais parecem esticar o tempo do telespectador em volta de um determinado espetáculo noticioso.

Debord (2012) ainda nos alerta sobre como a própria técnica—os meios—não são neutros. A televisão, que poderia informar e educar, é usada para reforçar a passividade. O espectador, solitário em sua sala, assiste à dor alheia como quem consome um produto, incapaz de interagir, de interferir ou de transformar aqueça realidade.

A especulação midiática é o combustível desse sistema. Na busca pelo “furo de reportagem”, pela audiência e pelo clique, muitos veículos atropelam os limites éticos do jornalismo. Nesse sentido, a cobertura da morte de Marília Mendonça¹⁰, em 2021, é um outro exemplo emblemático: imagens do local do acidente foram veiculadas antes mesmo da confirmação oficial do óbito, num espetáculo que chocou e feriu familiares e fãs, mas que garantiu engajamento massivo nas redes e nos portais de notícias, suas derivações diversas de espetacularidade e engajamento.

Figura 03–Programa *Aqui Agora*



Fonte: Notícias da TV

Bourdieu (1997) critica a forma como o jornalismo televisivo é produzido, apontando uma tendência à espetacularização das notícias e à busca pelo sensacionalismo. O autor argumenta que a televisão prioriza a forma e o impacto visual sobre o conteúdo

¹⁰ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/11/marilia-mendonca-nao-merecia-tolerar-tanto-sensacionalismo.shtml> Acesso em: 23 jan. 2025.

e a análise crítica da informação, comprometendo a qualidade da notícia que chega até o público.

Neste ponto, há uma concordância com o pensamento de Raymond Williams que, no livro *Televisão: tecnologia e forma cultural*, afirma que “grande parte do conteúdo real da notícia foi alterada pela apresentação visual. Em certos tipos de reportagem, parece haver uma diferença absoluta entre o relato escrito ou falado e o registro visual com comentário” (Williams, 2016, p. 59).

Em consequência disso, para Bourdieu (1997), a televisão molda a opinião pública por meio da representação de informações que distorcem a realidade, fazendo com que o público enxergue e entenda o mundo de uma forma superficial e não verdadeira.

A televisão regida pelo índice de audiência contribui para exercer sobre o consumidor supostamente livre e esclarecido as pressões do mercado, que não têm nada da expressão democrática de uma opinião coletiva esclarecida, racional, de uma razão pública, como querem fazer crer os demagogos cínicos. (Bourdieu, 1997, pp. 96–97).

Mais uma vez, portanto, temos uma interlocução entre o pensamento de Pierre Bourdieu e o de Raymond Williams. Para Williams (2016), a televisão alterou o nosso mundo, as nossas instituições e as nossas relações sociais. Converging muito com o que Bourdieu (1997) reflete, Williams (2016) comenta que “a radiodifusão pode ser diagnosticada como uma nova e poderosa forma de integração social e de controle” (Williams, 2016, p. 36).

Analisando o próprio desenvolvimento da televisão, enquanto meio de comunicação, percebemos que o meio está

ligado às questões políticas (relacionadas à visão da televisão como um serviço público) e comerciais. Neste sentido, Williams (2016) ressalta:

O caráter “comercial” da televisão, então, precisa ser visto em vários níveis: como a produção de programas para o lucro em um mercado conhecido; como um canal de publicidade; e como uma forma cultural e política diretamente moldada por e dependente das normas de uma sociedade capitalista, que vende tanto bens de consumo como um modo de vida baseado neles, em um *éthos* que é ao mesmo tempo gerado localmente, por interesses capitalistas e autoridades internas, e organizado internacionalmente, como um projeto político, pelo poder capitalista dominante. (Williams, 2016, p. 52).

Na forma como se desenha, a relação profissional que se estabelece entre Lou Bloom e a KWLA News¹¹ representa o que Bourdieu (1997) compreende como a produção da informação como resultado de um trabalho coletivo. Assim, as imagens que são capturadas por Lou são usadas como um ponto de partida pela emissora, que encaminha seus repórteres para os locais em que as informações ocorreram, de forma a ter um recorte aprofundado sobre o que é a notícia em andamento.

Aprendi recentemente que a maioria das pessoas vê as notícias para se manter informada. Também aprendi que a média dos noticiários de L.A. faz um apanhado da política local incluindo casos policiais, orçamento, transportes, educação e imigração em 22 segundos. Os crimes locais

11 Emissora fictícia criada pelo roteiro escrito por Dan Gilroy.

não só abrem os noticiários, como os preenchem 14 vezes, com duração média de 5 min 07s. KWLA depende dessas histórias. Com a criminalidade diminuindo, conteúdos como os meus se tornam bem valiosos. (O Abutre, 2014).

Voltando ao filme, Lou Bloom sabe muito bem onde quer chegar. Para que os seus negócios se expandam, ele precisa estar um passo além da concorrência. Ao fazer o registro de uma quantidade cada vez maior de furos jornalísticos, a personagem aumenta o seu próprio grau de importância na cadeia de produção da informação, chegando ao ponto de ver as suas imagens pautando a imprensa em si. “Minha agência é *Video Production News*, um serviço profissional de busca de notícias. [...] Também quero estar na próxima reunião, conhecer sua equipe, o gerente, o diretor, os âncoras e desenvolver minhas próprias relações.” (*Ibid.*, 2014).

Assim, retomando mais uma vez o que foi escrito por Bourdieu (1997), a televisão, como meio poderoso que é, devido ao alcance que possui, é vista como sendo detentora de um valor maior pelos profissionais que atuam neste meio. Desse modo, eles se sentem mais legitimados quando são empregados na televisão—o que não os impede de manterem seus vínculos em outros veículos de comunicação, como o rádio, o jornal, o *podcast*, os *blogs*, entre outros.

Frente a isso, Pierre Bourdieu (1997) propõe uma análise sobre a prática jornalística na televisão, principalmente a relacionada à produção de conteúdo, visando promover uma maior qualidade e profundidade na informação veiculada. Por outro lado, Williams (2016) diz que a televisão deve ser compreendida como uma forma cultural viva, em constante negociação

entre produtores e espectadores das estruturas econômicas e das práticas sociais. Isso inclui os gêneros televisivos, os padrões narrativos, as formas de consumo e até mesmo os horários das transmissões.

Considerações finais

O filme *O Abutre* traz uma reflexão interessante, que nos leva a fazer o seguinte questionamento: existe um limite para a busca da notícia e do furo jornalístico? Vale a pena ultrapassar obstáculos éticos, morais e legais para ter o privilégio de ser o primeiro a noticiar algo? Por meio da personagem Lou Bloom, temos um estudo muito interessante acerca da distorção dos valores-notícia e da desvirtuação da própria função do jornalismo, que é fazer a apuração da informação de forma responsável.

Podemos concluir, então, que *O Abutre* aborda questões relacionadas à mídia, à ética e à forma como a informação é manipulada e consumida na sociedade. O filme, dirigido e escrito por Dan Gilroy, tem como principais temas o sensacionalismo, a ética, a manipulação da realidade e a mercantilização da informação.

Bourdieu (1997) aborda a produção e o consumo de informação, a uniformização do pensamento e a manipulação e o controle—tudo isso tendo como pano de fundo a televisão, enquanto meio de comunicação, desvelando “as restrições ocultas impostas aos jornalistas e que eles impõem por sua vez sobre todos os produtores culturais”. (Bourdieu, 1997, p. 117)

Estas restrições estão relacionadas às questões políticas, econômicas e/ou comerciais e também às relações de produção que são estabelecidas em decorrência destas diversas cadeias. Nesse sentido, fazendo um paralelo entre *O Abutre* e o pensamento

de Bourdieu (1997), percebemos uma preocupação das duas obras com as consequências do que o sociólogo francês entende como essas restrições ocultas: a homogeneização do público; a lógica do comercial predominando nas relações de produção; a pressão da urgência nos meios de produção; a uniformização dos conteúdos, das notícias e dos programas televisivos; a ausência do pensamento crítico na televisão e o enfraquecimento da autonomia do campo político.

Em suma, no filme *O Abutre* (2014), acompanhamos a ascensão de Louis Bloom, um homem que descobre na cobertura sensacionalista de crimes uma oportunidade de ascensão profissional e financeira. Com uma câmera na mão e uma ética questionável, Bloom passa a “caçar” acidentes e crimes violentos em Los Angeles para vendê-los a noticiários locais chegando, inclusive, a manipular cenas para torná-las mais impactantes.

Por sua perspectiva, Williams (2016) nos oferece uma crítica importante, ao argumentar que a televisão deve ser entendida como uma tecnologia determinista, uma forma cultural que expressa e reforça valores sociais dominantes, nos quais os programas, comerciais e notícias são organizados para manter a atenção do espectador, garantindo a reprodução da lógica capitalista. Assim, a tecnologia só ganha sentido dentro das relações sociais. E, no caso do sensacionalismo televisivo, o sentido é claro: manter o fluxo do espetáculo e da audiência, mesmo que isso custe a ética, a verdade e a dignidade humana.

Por fim, de forma a que a televisão não se converta num instrumento de opressão simbólica e de dominação, é importante que tenhamos obras como essas, sejam elas fictícias ou teóricas, que nos auxiliam a compreender como a mídia influencia a nossa

sociedade, como a ética no jornalismo é pautada e, acima de tudo, como a informação pode ser produzida por aqueles que estão no topo da cadeia de trabalho e consumida pelo público em geral.

Referências bibliográficas

ARBEX JR., José. **Showrnalismo: A Notícia como Espetáculo**. 2. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em: <https://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 03 set. 2024.

AZEVEDO, Ana Kamila Silva. **O Abutre**. Natal-RN, 23 mar. 2015. Disponível em: <https://cinefilapornatureza.com.br/2015/03/23/abutre/>. Acesso em: 3 set. 2024.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão: seguido de A Influência do Jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

DE CASTRO, Thell. **Fenômeno nos anos 1990, nova versão do Aqui Agora durou apenas um mês em 2008**. [S. l.], 11 abr. 2021. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/fenomeno-nos-anos-1990-nova-versao-do-aqui-agora-durou-apenas-um-mes-em-2008-55207>. Acesso em: 4 set. 2024.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

O ABUTRE (Nightcrawler). Direção: Dan Gilroy. [S. l.: s. n.], 2014. Disponível em: <https://play.max.com/movie/130a3280-93bf-4907-a6c9-de7daa8a8de7>. Acesso em: 3 set. 2024.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUCMinas, 2016.

Referência filmográfica

O ABUTRE–Filme 2014–Adoro Cinema. [S. l.], 18 dez. 2014. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-222858/>. Acesso em: 3 set. 2024.



Ângulos de transição para um cinema mundial

Tiago Eneas¹

Tanto o fazer cinematográfico quanto o cinema enquanto produto realizado, premissas de conceitos e técnicas, suscitam uma miríade de debates. Tais fenômenos foram, recentemente, trazidos à tona, por exemplo, pela vitória de *Ainda estou aqui* (Walter Salles, 2024) no Oscar. Mesmo que tópicos como autoritarismo, democracia, privilégios sociais, memória e esquecimento tenham tomado os holofotes nacionais e sido interpretados, reinterpretados e historicizados a partir do longa-metragem baseado na obra literária homônima de Marcelo Rubens Paiva (2015), estes esforços críticos logicamente possuem vasta literatura e antecedem a veiculação do filme (Nagib, 2014).

Na esteira dessa crítica cinematográfica, histórica e sociológica, está situado *Ângulos de transição* (Albano, 2024), livro que compila oito ensaios sobre filmes latino-americanos e

¹ Graduando em jornalismo e integrante do Grupo de Estudos de Mídia-Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos (Gemini). Atualmente, trabalha na assessoria de comunicação do Centro de Ciências Exatas e da Terra (CCET) da UFRN e também já atuou na Agência de Comunicação (Agecom/UFRN). Atua nos projetos de pesquisa “Autoficções e demais autofigurações no jornalismo, audiovisual e literatura”, vinculado ao Departamento de Comunicação Social (Decom) da UFRN e “Entre o escrever e o publicar: Práticas discursivas de autores-editores da cidade de Natal”, vinculado ao Departamento de Letras (DLet) da UFRN.
E-mail: tiagoufrn016@gmail.com.

portugueses. De modo geral, Albano (2024) vale-se mormente da noção de *world cinema*, usando-a para referir-se a uma dinâmica transicional do cinema, caracterizado pela volatilidade conceitual de imagem, memória e sentidos (Albano, 2024, p. 7).

Ademais, o autor aventa também outra faceta do termo: a de marca – ou categoria –, por assim dizer, inicial para um suposto distanciamento de Hollywood e do *mainstream* norte-americano (Albano, 2024, p. 224). O estudioso, contudo, não incorre na dicotomia simplista entre *world cinema versus Hollywood*, mas explora os meandros de ambas e as problematiza enquanto conceitos consolidados *per se*. Para tanto, o pesquisador compartilha essencialmente a posição de Nagib (2006), ao postular que “o maior perigo de definir o cinema mundial negativamente, como “cinema não-Hollywoodiano”, é perpetuar a atitude condescendente que vê todos os outros cinemas como vítimas; isto é, manifestações puramente reativas, incapazes de suscitar uma teoria independente” (Nagib *apud* Nagib; Perriam, Dudrah, 2012, p. 32, tradução nossa²).

O capítulo inicial traz uma investigação da obra de Lucrecia Martel, diretora e roteirista argentina, com base em três noções principais: crise, heterotopia e cronografia. Para crise, o autor recorre à uma significação oriunda de um dicionário de ciências sociais que, a despeito do caráter generalista e da ausência de especificidade (por se tratar de um conceito fixado enquanto verbete), é operacional. Diferente de Habermas (1994), a acepção

2 “The greatest danger of defining world cinema negatively, as ‘non-Hollywood cinema’, is to perpetuate the patronizing attitude which sees all other cinemas as victims; that is, purely reactive manifestations incapable of eliciting independent theory” (Nagib *apud* Nagib; Perriam, Dudrah, 2012, p. 32).

empregada não capta as nuances e a interrelação da crise com outros tópicos, como a legitimação e autoridade. Em seguida, Albano (2024) herda a heterotopia de Foucault e uma ideia de cronografia sintetizada a partir de Genette, de Man e Lejeune, noções estas com um norte conceitual mais robusto. Os filmes escrutados pelo ensaísta – *La ciénaga* (2001), *La niña santa* (2004) e *La mujer sin cabeza* (2008) – são decompostos e apresentados ao leitor por meio de descrições sequenciais, que caminham para um funcionamento topical de natureza epistemológica. Os recursos já apresentados (entre outros) são utilizados por Albano (2024) para destacar sobretudo a maneira que a diretora, explorando rupturas geopolíticas e a complexidade do espaço-tempo cinematográfico, joga especialmente com a fruição do espectador.

As somas de Carlos Reygadas, segundo capítulo, buscam identificar figuras de linguagem e elementos simbólicos para precisar uma constância (uma suma, um estilo, um idioleto, em outros termos) presente principalmente em dois filmes do cineasta mencionado no título: *Japão* (2002) e *Post tenebras lux* (2012); mas com observações também sobre *Luz silenciosa* (2007) e *Batalla en cielo* (2005). Em sua análise, Albano (2024) delineia, munindo-se de Foucault e Bourdieu especialmente, a predominância da questão da violência, que replica uma dinâmica colonial. Nesse sentido, ele aponta que a exposição desse poder está atrelado com a violência física e que as figuras presentes são repensadas em função de tal poder ou da violência subalterna, conclusão que também ressalta posteriormente. De fato, não há afirmação de que Reygadas enfatiza ou corrobora o colonialismo, mas sim que este aparece enquanto projeto utópico (no sentido etimológico; um não lugar) ou distópico (um lugar ruim, se considerada

a questão da manifestação e do exercício do poder) em sua obra (Albano, 2024, pp. 53–55).

A *parataxe de Pedro Costa*, capítulo III, oferece uma análise fortemente amparada linguística e filosoficamente. Inicialmente, *elocutio* e *actio*, duas operações provenientes da retórica aristotélica, são tomadas para poder problematizar a parataxe (nesse contexto, a justaposição de segmentos fílmicos, registros imagéticos e temáticos com origens e temporalidades diversas) da obra do cineasta português. Quando comenta sobre *Juventude em marcha* (2006), uma narrativa sobre um imigrante aposentado de Portugal que por anos trabalhou como operário e que se depara com a destruição de seu bairro por parte do governo, Albano (2024) julga que “ilude como uma hipotaxe sobretudo como uma fábula” (Albano, 2024, p. 60). Tal colocação torna-se curiosa e provocante se considerarmos que são duas figuras essencialmente distintas (parataxe/hipotaxe). Em sua análise, ele prossegue com àquela organização topical de outrora e decompõe o filme em 47 coordenações/segmentos, responsáveis por fornecer ao leitor tanto aspectos contextuais do filme quanto os insumos necessários para o consequente tratamento narrativo, apresentado em quatro grandes linhas de parataxe. Em síntese, o autor defende que a memória, que encarna a parataxe, é um recurso presente na intenção do realizador do filme, porém que também serviria para explicar traços particulares do protagonista (Albano, 2024, pp. 71–76).

Ranhuradas da matéria. Transações do trabalho no cinema latino-americano, capítulo IV, aborda o filme *Trabalhar Cansa* (2011), dirigido por Juliana Rojas e Marcos Dutra. A história acompanha Helena, uma dona de casa que resolve abrir um pequeno comércio, e Otávio, que perde seu cargo de gerente em uma

grande corporação e tenta diversas alternativas para encontrar outra ocupação. Para esta análise, Albano (2024) aporta na sociologia, na estética e na poética (novamente decompondo o filme em sequências, desta vez com adição de uma sinopse) e busca compreender o papel macro do trabalho, não somente as repercussões geradas no âmbito familiar do casal principal. Ele verifica então a dominância de uma interpretação tecnicista do mundo, em que o próprio regime de trabalho se tornou uma questão civilizatória (Albano, 2024, p. 96). Diante disso, o autor conclui que as dinâmicas sistemáticas vislumbradas no filme são definidas pela ordenação política do capitalismo, com consequências decorrentes da exploração do capital, em que há um constante jogo de exploração e libertação (Albano, 2024, pp. 107–117). Por fim, um ponto interessante para ressaltar a partir dessa lógica é que o afã artístico, como é caso do próprio cinema, está quase em relação de simbiose com a técnica (Albano, 2024, p. 104).

A memória é a temática do quinto capítulo, em que há a discussão de *Nostalgia de la luz* (2010) e *El botón de nácar* (2015), ambos do cineasta chileno Patricio Guzmán. A primeira produção expõe duas buscas que contrastam entre si: a de astrônomos, que buscam nas estrelas respostas para questões científicas; e a de mulheres “comuns”, que procuram parentes e conterrâneos em terras desérticas, dividindo assim o mesmo espaço, o deserto do Atacama, no Chile. O segundo filme aludido traz à tona eventos ocorridos com os povos indígenas da Patagônia, especialmente quando relacionados com o regime de Pinochet. Sendo assim, Albano (2024) aponta para um questionamento por parte de Guzmán (nos dois documentários) acerca da consolidação de uma verdade histórica condicionada, em especial, pelas normas

e leis (Albano, 2024, p. 132). Tal colocação não é imotivada, uma vez que a própria sinopse de *El botón de nácar* (2015) já atenta para um certo misticismo memorialístico conectado à própria água. O ensaísta prossegue esquematizando *Nostalgia de la luz* (2010), estruturando sequencialmente personagens (ordenados pela minutagem do longa) e os temas e subtemas dramatizados (memória, superfícies e sobreposições, a busca de fragmentos por parte das mulheres de Calama etc). Já em *El botón de nácar*, além da indagação histórico-temporal já citada, o autor menciona ocorrer um desenvolvimento figurativo e retórico (Albano, 2024, p. 156).

Nesta parte do livro, o viés comparativo entre obras que naturalmente se coadunam torna-se fundamental para aprofundar as nuances da memória e de acontecimentos que expõem um passado afetado por repressão e autoritarismo, algo ainda mais significativo quando consideramos o contexto latino-americano. Mostrar e analisar filmes que questionam a existência apenas de uma “memória oficial”³ é também entender que, às margens, há muito que precisa ser contado sobre outras “memórias clandestinas”⁴ que emergem também por meio dessas narrativas audiovisuais.

O capítulo VI aborda as generalidades em *Las marimbas del infierno* (2010), de Julio Hernández Cordón e *O som ao redor* (2012), de Kleber Mendonça Filho. Antes de tratar dos respectivos filmes, o autor analisa o próprio cenário audiovisual, com destaque (novamente) para a presença de noções como história, política e

3 Memória Oficial é aquela difundida pelos meios oficiais: Estado, partidos, instituições. (Pollack, 1989, p. 3).

4 Memória Proibida ou Clandestina refere-se a uma memória reprimida por regimes autoritários ou com ideologias dominantes. (Pollack, 1989, p. 3).

memória. Nesse contexto, menciona que o *world cinema* concede mérito aos seus produtos por meio do reconhecimento entre pares, celebrados nos mais diversos eventos e premiações. Ao falar do termo enquanto categoria valorativa (etiqueta), atenta para “um pendor ao retrato da vida cotidiana fomentada por produtores e diretores, cientes de que devem seguir a cartilha para almejar algum espaço” (Albano, 2014, p. 176).

Essa hipótese é, basicamente, a força motriz do ensaio, já que *Som ao redor* discute as complicações originadas após a chegada de uma milícia num bairro de classe média e *Las marimbas del infierno* acompanha um jovem que ganha a vida tocando a marimba, instrumento típico da Guatemala. Albano (2024) defende que essas duas linhas narrativas carregam consigo uma relação de causa/efeito, demonstrada pela configuração política, além de terem caráter documental e contraporem planos fundamentados pela memória subjetiva dos personagens (Albano, 2024, p. 188). Nesse sentido, a análise conclui por dizer que a elipse age enquanto um dispositivo de redução de explicações sociológicas e de polidez de teses colocadas no interior das duas narrativas (Albano, 2024, p. 191).

O penúltimo capítulo é dedicado a *No* (2012), de Pablo Larraín, cuja história se desdobra a partir de um plebiscito cujo objetivo é estabelecer se haverá continuidade para o regime de Augusto Pinochet. Albano (2024) aponta para o viés documental do longa e dos mecanismos de memória, história e recordação, além de atentar-se para uma dinâmica cíclica, que ocasiona na renovação dos eventos históricos em sociedades diversas (Albano, 2024, pp. 209–214). Para o autor, o filme explora bastante, de novo, o *world cinema*, desta vez classificando-o claramente como um gênero desbalanceado, já que enquanto os filmes norte-americanos

integram naturalmente outros países do mundo, o mesmo não acontece com esses países em relação aos Estados Unidos (Albano 2024, p. 224). Além disso, *World Music* também aparece como um termo usado para expor uma procura por um gosto cosmopolita, que mascara uma padronização sonora de cunho mercadológico. Assim, o filme *No* condensaria tal relação paradoxal do *world music* (enquanto se busca um gosto refinado e elevado, o que há é uma uniformização comercial) por meio da fabulação histórica empreendida (Albano 2024, p. 225). Destarte, a obra analisada seria um estímulo para a atualização da crise representativa tanto no Chile (inclusive do cinema) – que visaria o alcance de uma comunidade oficial – quanto nas premiações de grande porte, como o Oscar (Albano 2024, p. 218).

O livro finaliza com um ensaio de *Branco sai, preto fica* (2014), de Adirley Queirós, na qual são exploradas ideias como autorreflexão, cronotopia e utopia, sendo cronotopia utópica – noção elaborada a partir do cronotopo de Bakhtin e do tratamento etimológico da utopia como um não-lugar – um parâmetro analítico (Albano 2024, p. 233).

De modo geral, o filme referenciado se passa em uma cidade de uma Brasília imaginária e explora um baile *funk* invadido pela polícia, no qual em determinado momento os agentes gritam: “Branco sai, preto fica!”. Nesta análise, as sequências ordenadas pelo crítico – método similar aos usados nos ensaios anteriores do livro – são colocadas como mínimos diegéticos, isto é, segmentos semânticos que não são um *take*, um plano ou uma sequência segundo as definições regulares.

De modo geral, Ângulos de transição apresenta abordagens ricas e densas, com ênfase para a interdisciplinaridade. Nesse

sentido, filosofia, linguística, sociologia, história crítica cinematográfica amalgamam-se em cada análise, proporcionando ao leitor perspectivas complexas e, ao mesmo tempo, intrigantes. Por outro lado, a apresentação mais ou menos elaborada das obras tratadas (em alguns casos, mais introdutórias que outras) denota que Albano (2024) presume do leitor um conhecimento prévio de cada obra, por mais que muitas delas sejam desconhecidas para o público menos especializado. Apesar disso, um ponto de destaque é que as sequências utilizadas quebram a rigidez tradicional do texto acadêmico e contextualizam cenários, cenas e personagens para qualquer tipo de leitor, algo fundamental para o entendimento posterior do que será dito.

Referências bibliográficas

ALBANO, Sebastião Guilherme. Ângulos de transição: ensaios acerca do world cinema latino-americano e português. Natal: EDUFRN, 2024.

HABERMAS, Jurgen. **Crise de legitimação no capitalismo tardio**. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1994.

NAGIB, Lúcia. **A utopia no cinema brasileiro**: matrizes, nostalgia, distopias. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.

NAGIB, Lúcia; PERRIAN, Chris; DUDRAH, Rajinder. **Theorizing World Cinema**. New York: Taurius & Co. Ltd, 2012.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. In: **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro: vol. 2, n. 3, 1989. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/2278> Acesso em: 26 maio 2025.



Institutos radicais de JMS. Redux¹

Sebastião Guilherme Albano²

Fosse brasileira Marie-José Mondzain diria o ano de 2024 ter-se disposto a partir de um radical. Objetivados por números elaborei um bate-papo intitulado *524 anos de Iracema*, projeto de extensão do DECOM da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), em que congregamos Edna de Cássia, Jorge Bodanzky, Orlando Senna e Nuno Ramos para efemerizar em simultâneo os 50 anos da fita, os 60 anos do golpe conservador de primeiro de abril de 1964 e um epígono performático de tais acontecimentos, *Iracema Fala* (2021), artefato filmado no SESC SP. À multiplicação de eventos atuando sobre o corpo de *Iracema* em 2024, qual a sugestão de Benjamin reportando à revolução de

1 Este estudo é a versão *redux* da entrevista a sair na próxima edição da revista portuguesa *Doc On-line. Revista Digital de Cinema Documentário*. Dividi o trabalho a fim de recortar os modos de reconhecimento entre mim, o gênero entrevista, seu conteúdo e o entrevistado (JMS) em duas escalas. Aquela concentrada na ideia de perguntas e respostas a partir de um rascunho de questionário estruturado que resultou ambigualmente axiomática. Esta, a *redux*, mais aberta a indagações, especulações e fugas hermenêuticas.

2 Sebastião Guilherme Albano é professor da graduação e da pós-graduação em Comunicação Social e Estudos da Mídia na UFRN. Tem diversos livros acadêmicos publicados e escreve narrativa. “Ângulos de transição. Ensaios acerca do audiovisual latino-americano e português” (Natal: EDUFRN, 2024) e os contos reunidos no “Play-time” (Rio de Janeiro: Sete Letras, 2025) são seus últimos volumes. Faz curadoria em cinema e artes visuais e se aventura como artista contemporâneo. Sua última instalação foi ANTICORPO no complexo da Rampa de Natal, RN.

Trotsky, crescem-se ainda as celebrações de *Cabra marcado para morrer* (Eduardo Coutinho, 1964-1984), 60 ou 40 anos de pronto por mim textualizados em ensaios e num encontro com Jorge Saldanha, o operador de som (*sonidista* de som direto) da tragédia/épica, mais entrevistas com Edgar Moura, o diretor de fotografia, líderes do movimento camponês da Paraíba e com a mesma dona Elizabeth, em vias de uma desmemorização encantada que os redondos 100 anos de aniversário, comemorados em fevereiro último, tangenciam. Todos esses eventos são com efeito radicais, ou radicais por efeito, temas e desinências da imaginação coletiva, do inconsciente da nação e quem sabe do meu assujeitamento entoadado nessas diligências. Já os derivativos ou os lugares comuns concatenados a partir de *Iracema* e *Cabra marcado para morrer* são os alvitados aos mitos das formações associativas. Se no primeiro ressalta-se a imprecisão dos réditos da nova colonização fatorados pelo autoritário corte transversal no subcontinente sul-americano, da Paraíba até o oceano pacífico no Peru (a empreita da estrada transamazônica, BR230, contemplava-se intercontinental), no segundo dispõe-se a sincronia entre traços do animismo, da religião e da ciência a transportarem ao filme de Coutinho a dúbia emoção que emerge da sucessão de traições, torturas, mal-entendidos, assassinatos políticos e tiques da desrazão familiar como o fratricídio e o parricídio a pontuar a vida dos envolvidos, incluindo o realizador. Cumpre abrir o campo semântico dessas matrizes de representação social administrando o enleio dos institutos nos que transitou e transita João Moreira Salles (JMS) nos eventos: organizou-se uma exposição de Jorge Bodanzky no IMS (*Que país é este?*); sua casa produtora (*VideoFilmes*) delegou-se às películas de Coutinho durante seu

período mais prolixo, desde fins dos anos 1990. Por certo, seu papel de fã-amigo-produtor-preservador-promotor do trabalho desses diretores marca uma inflexão na atuação cultural no Brasil. Recentemente o professor e documentarista argentino Andrés Di Tella esteve na UFRN para um ciclo acerca de sua obra organizado por mim e trouxe o compêndio *Una película es todo el cine* (Buenos Aires: La Crujía; Universidad Torcuato Di Tella, 2025) com a transcrição das aulas de diretores ilustres na instituição em que coordena o Programa de Cine em Buenos Aires. Um capítulo proeminente concerne a JMS, intitula-se “Coutinho: una película que nadie más quiere ver excepto yo” (pp. 47-66) e nele talvez haja sua declaração de erudição e total simpatia pela grandeza estilística deste diretor a quem, segundo sugere, o aprendizado do documentário intercorreu com a prática jornalística na televisão (TV Globo), efetivamente, mídia e formato pouco prezados por Coutinho.

De fato e de direito, personagem central e radical da cultura brasileira JMS dialogou comigo duas vezes por Zoom há poucos meses e na preparação das reuniões eu arrazoava o que renderia mais a meu esquema de trabalho nesse empreendimento. Tirante as muitas questões apriorísticas em desfavor da possibilidade de fantasias radicais por seus laços sanguíneos com o capital financeiro, prossegui considerando apenas sua obra audiovisual como se alheia a essa cultura, desatendendo o extratexto e o paratexto e desenvolvendo-me por sua fatura poética. Deduzi sobretudo que seu histórico de experimentos no cinema e no vídeo cederiam mais para o tipo de entrevista reflexiva que exercito por coincidir com sua autorrepresentação profissional como documentarista (assim consta na Wikipedia), um dos meus fulcros de estudo hoje

no campo das humanidades e novas humanidades, evitando a especulação metafísica entre o ser e o parecer e mesmo entre a imagem e o real. Desde muitos pontos de vista JMS faturou ao longo de sua carreira o documentário como uma expressão encenada do jornalismo, tal como nos estudos *Notícias de uma guerra particular* (1999, em parceria com Katia Lund), episódios de *6 Histórias Brasileiras* (2000, junto com Marcos Sá Correa, para a televisão) e *Entreatos* (2004), uma investida em *direct cinema*, isto é, uma crônica de *new journalism* visual, contrapelo da versão literária, daí isento de opinião e de assinatura autoral (excêntrica simetria emergida do som direto e da maleabilidade das câmeras a conferir valor à história da imprensa e do cinema ao entroncá-la pela objetividade ou pela subjetividade, reinos da vontade absoluta sempre inconclusos e definidores das séries estilísticas tanto do ofício noticioso como das artes temporais. Quiçá as forças antípodas à emergência do *autorismo* político da *Nouvelle Vague* culminou com o *cinema vérité* erguendo como antípoda a figura esquiva do produtor no *direct cinema* ou no cinema observacional anglófono). Outrossim JMS efetuou uma espécie de semblante lúdico do escuso gênio da raça brasileira, Nelson Freire (*Nelson Freire*, 2003), tensionando fibras entre o caseiro (as sequências do intérprete de short são iconoclastas e alardeiam a ideia de aleatórios pontos de fuga que JMS confere à estrutura desta peça) e a celestial agenda de virtuose, denotando e conotando música nos gestos sagazes e na longitude dos planos e dos cortes, desempenhados como tempos e movimentos. Em 2025 estreou-se *Minha terra estrangeira* (co-dirigido com Louise Botkay e o coletivo Lakapoy) em que roça o jornalismo investigativo e a memória sob os desmandos do poder na região da Amazônia.

IncurSIONou pelas antípodas espirituais da referencialidade em *No intenso agora* (2017) acionando uma narração idealizada da ascese altruísta vista em primeira pessoa, projetando em chave técnica os embates afetivos suscitados pelo luto de sua mãe, Elisa Gonçalves. Alicerçado por imagens de arquivo da China de Mao Tsé-Tung tomadas por ela mesma ou congêneres em 1966, afinal um discreto ato de subversão em plena ditadura conservadora no Brasil, *No intenso agora* porta a corporeidade indicial do “isso-foi”. Essas mínimas insurgências são entrelaçadas por *footages* das sonoras revoluções estudantis, intelectuais e operárias de 1968 em Paris, na Tchecoslováquia e no Brasil, cujo artilho da violência filosófica e militarizada foi o motor habilitado pelas partes em pugna e pelos meios de comunicação que as traduziram em grafia plebeia e contemporânea. 1968 volveu-se o ano que não terminou por erigir-se como matriz de todas as subseqüentes revoluções sociais advindas da inteligência eletrônica da TV, que o digam Jean-Louis Comolli, Sartre, Foucault, Octavio Paz (com suas ambivalências) e a turma do Cinema Novo (movimento cujos desfechos éticos e estéticos muitos creem lindar, por decreto, com a data), por comentar casos paradigmáticos. Não obstante JMS orbitar em torno da factualidade e suas nuances cívicas, se lhe reconhece sobretudo pelo monumento *Santiago* (2006), em que se autoclinicou como agência, ator e paciente (Freud, 2013; 2023), explorando a polissemia da operação situacionista, reatuando (*reenacting*) a autoimagem ou a memória da infância em agitação tirânica e comprazendo o narcisismo e o voyeurismo latentes em cada partícula elementar da personalidade da audiência e da massa artificial, ou do instinto de comunidade e da herança arcaica (Freud, 2013). Este filme de entrevista trai os gêneros (a

entrevista e o documentário) conforme um totem animista ou uma comunidade primitiva, ao instituir uma cena de sociabilidade antipática realizada por uma dupla actante torpe em todos os quadrantes (as *personas* de JMS e de Márcia Ramalho), axioma do registro linguístico que não apenas os distanciam, excluem-nos em termos de classe do ex-funcionário doméstico, que serviu aos Moreira Salles por 30 anos, apequenado e bizarramente homenageado por sua circunstância e pelo hobby de anotar, poliglota, em finas folhas atadas com fitas francesas de seda, anedotas das perversas monarquias mundiais. Com desejos dramáticos JMS e Márcia Ramalho ostentam avatares de superegos em que os “id” adivinham-se ocultos em algum lugar antes da lei conquanto encarnem-se em seus comandos e encarregam-se de enfrentar o terror da multidão, *oklos* (aqui o público e a audiência), com violência verbal anticivilizadora. Seria suicida mesmo não fosse logo à frente na duração do enredo, vocalizado e contextualizado pelo mesmo JMS, um tom de expurgo curativo ou bálsamo pedagógico reabilitar a tímida moralidade cidadã autocriticando a desfaçatez dos entrevistadores e seus próprios ensejos de impúbere. Superego, neurose extrema, arte e infância se associam contracenadas e sobredeterminam *Santiago* em suposto retrocesso pelo aspecto cruel, gratuito, didático e mesmo sublime forjado como aparelho retórico que a entrevista adquire em que pese ao fim exculpado numa paradoxal segunda voz ou num coro contrito do mesmo JMS (de fato, JMS apenas explicitou no filme e logo para mim a hipótese da violência potencial captada pelas posições dos sujeitos nesse ato de conversa orientada que a entrevista desdobra, segundo Carmen Guarini, 2007). Excedem-se por seu turno as expectativas do documentário como uma tipologia

cavaleiresca, urbana, educadora; desautomatizado o gênero exerce sua função apenas na contramão.

Em jogo como substantivos e predicados os verbetes *instituição* e *radical* são os que deveras sobressaíram quando entreteci o conjunto da obra de JMS desbordando sua abstração aos usos da imagem como disparadores de poder e como negligência do ato de imaginar (Mondzain, 2022), em *Santiago* operacionaliza-se essa arqueologia em razão do prisma de instituído e radicalizado que adquire (Santiago, o homem, foi nomeado funcionário pelo patriarca, Walther Moreira Salles, e como referido *radicalizou-se* na história das dinastias por intermédio da biblioteca dessa família. Entretanto, esse mote prolonga-se em *leitmotif* absolutista, com realismo *maquinal* e *legislador*, como sugere Marx, dentro e fora dos campos da câmera). A observação dos vis léxico e prosódia no gesto de dizer de JMS e Márcia Ramalho pelo espectador igualmente suscita uma dupla radicalidade, ora de indignação humana e civil à condição de Santiago ora nas indagações que nós desta parte, isto é, externamente, enristamos ao inteligir JMS e sua amiga se expondo na representação documental enquanto autocratas (ele um renomado documentarista e ela uma fotógrafa, no filme anônima, que logo tem sua reconhecida graça inscrita nos créditos). Muito embora descurada *ad infinitum* por JMS a missão projetiva dessa engenhoca sofisticada desenovela uma genealogia fantasiosa resultando em comparação e subsequente identificação; os Borgia, os Medici, os Bourbon, os Habsburgo ombrear-se-iam com os Prado, Alcântara, Bragança, Matarazzo, Moreira Salles (talvez ambos os flancos dessa análise estejam desorientados pelas noções de contágio, sugestão e prestígio social, fronteiriços com a divinização dos líderes, dos *masters*, das

celebridades. Freud, 2013; 2023). Assumidamente quimérico nesse ângulo enunciador concorre um enigma que tange à verossimilhança do despotismo, no ambiente totalitário e apolítico, nada populista, infantilizado como a arte de matar gatos afogados aos oito anos de idade, incorporando-se não na maturidade cronológica senão no plano da formação das sensibilidades (elo perdido nos tempos) ou da educação sentimental (não a de Flaubert), do sagrado, das durações do *nomos*, em sutil discurso indireto (talvez aí sim um próximo de Flaubert: se as vozes masculinas a narrarem a intriga se revezam entre o caçula Fernando Moreira Salles e João Moreira Salles, as entrevistas antiéticas ou atópicas, inconcebíveis para além da redoma da imaturidade cidadã, segundo Rousseau, 2019, um súdito de si mesmo, são monopólio de JMS e da amiga Márcia em primeira e segunda-pessoas com flexão imperativa. O autor suíço mais de uma vez indefere o súdito do cidadão, zona híbrida erigida pelos envolvidos no filme). Esse ponto é obtido pela mera analogia entre palavras e imagens e quando os diálogos de *Santiago* trafegam, em sentido lato, entre o bem e o mal, os planos fixos aventam encerramento abstrato, espacialidade matemática e simbologia gélida. A dual abjeção traça sua carreira de *mathesis* e *exemplum* republicanos entre Platão e Aristóteles, se fosse a ocasião para resgatar conceitos da República na sorte de corpus em que se transformou o documentário, qualquer documentário, hoje surfando vagas arbitrárias e transparentes em concomitância; não me permitindo isso resta-me portanto reestabelecer os gêneros fílmicos segundo acordos formais não rotos por JMS nem em *Santiago* ou noutro malgrado ensaie superar a vontade geral enclausurada na sociedade securitária com uma espécie de figuração inócua de mal público (Rousseau, 2019), isto

é, inócua em termos de credibilidade no fato social, o sentido lato, longe da catarse do puro gozo poético e estético a flertar com o maldito, a profanação de leis, a crise, radicais sinônimos com os que JMS busca desta feita lapidar a instituição do audiovisual.

1. Sebastião Guilherme Albano (SGA)–Desculpe começar por um lugar comum, mas como viabiliza a produção dos seus filmes? Concorre a editais ou a outros tipos de financiamento?

João Moreira Sales (JMS)–Variou muito ao longo desse tempo todo. Agora eu voltei a fazer filmes depois de bastante tempo, meu último foi em 2017. Antes disso, todos eram financiados via leis de incentivo, seja audiovisual, seja Rouanet. O que estou fazendo agora, sobre uma ativista indígena durante as eleições de 2022, dado a rapidez com que eu decidi filmar, está sendo financiado pela própria *VideoFilmes*. E a ideia é, uma vez o filme pronto, ser apresentado às plataformas imaginando que eu consiga vender o projeto para uma delas. Isso mudou muito. Da época em que eu era, digamos, um documentarista atuante, saía de um projeto e entrava em outro, e atualmente, o cenário se transformou bastante porque entraram no jogo as plataformas que não existiam. Há cinco, seis anos atrás, elas ainda não tinham um papel importante a desempenhar. Todas as pessoas que eu conheço hoje em dia, que estão nessa área, basicamente, a primeira conversa que elas têm é com as plataformas de filmes. As internacionais e as daqui do Brasil, como a *Globoplay*. Estou um pouco fora desse circuito, porque, como você sabe, depois de *Santiago*, eu decidi suspender um pouco minha carreira de documentarista para criar a revista *Piauí*, à qual eu me dediquei

por pelo menos uns 10, 15 anos, *full time*. Nesse período muita coisa mudou e eu não acompanhei.

2. SGA—Você produziu boa parte da obra de Eduardo Coutinho. Como foi trabalhar com ele a partir do *tour de force* realizado durante *Cabra Marcado para Morrer*? Foram 20 anos, 22 anos, não é? De 1962 a 1984?

JMS—O Coutinho tem dois pontos luminosos, eu diria, na carreira dele. O primeiro, evidentemente, é *Cabra Marcado para Morrer*. O que o Coutinho chamava de um sol frio, no sentido de ser um filme muito importante. O *Cabra* era um filme único, não tem um caminho a seguir, não deixou descendentes. É um filme autobiográfico, determinado por um evento político, que interrompeu a filmagem. Ele levou 15 anos, se não me engano, 15 anos para retomar o filme. Essa é uma coisa única. Uma vez o *Cabra* pronto teve plena consciência que o momento do apogeu era também o início da queda. Ele precisaria fazer uma coisa inteiramente diferente, inventar outra coisa para poder não ser um cineasta de um filme só. Ele dizia isso. Tinha muito medo naquela época de ser um cineasta de um filme só. Um grande filme, mas um filme só. À medida em que o tempo passa, me dizia o Eduardo, viraria uma nota de pé de página na história do cinema brasileiro. E ele durante muito tempo, mais de uma década, viveu esse conflito, viveu essa angústia. Esse é o período que vai do lançamento do *Cabra* em 84 até ele fazer o *Santo Forte* (1999). Foi lançado no mesmo ano em que eu fiz *Notícias de uma guerra particular* (1999). Conheci o Coutinho no É tudo verdade quando o Amir Labaki organizou uma mesa redonda na casa de Rui Barbosa, aqui no Rio de Janeiro, em que o Coutinho também participava para falar

do *Santo Forte*. Ali eu o conheci e ficamos amigos quase no mesmo momento. Eu achava que ele não ia gostar das coisas que eu fazia, ele achava que eu não ia gostar das coisas que ele fazia, porque eram cinemas muito diferentes. Mas a gente se entendeu tão bem que o filme seguinte dele, *Babilônia*, rodado em 1999, na virada do ano, foi produzido pela *VideoFilmes*. Na época, a gente tinha um acordo de financiamento dos projetos da *VideoFilmes* com a *Telefônica*. Se não me engano a *Telefônica* entrou no projeto do Eduardo. E ficou assim pelos próximos três ou quatro filmes. O Eduardo fazia um filme e imediatamente a gente conversava sobre o seguinte. No final do processo de edição, o filme que ele estava fazendo, a gente saía para tomar um café e conversava sobre o que ele queria fazer a seguir. E essa foi uma relação de amizade muito importante para mim. Sem dúvida nenhuma, uma boa influência que eu sofri, e sinto muita falta dele até hoje. Ele foi um grande amigo, foi muito importante para mim, como amigo. Então era maravilhoso, porque eu tinha confiança absoluta no juízo dele, sabe? Eu mostrava as coisas que eu estava fazendo para ele e ele mostrava as coisas que ele fazia para mim. E ele desenvolveu um método mesmo, como ele fala. Mas o método não era um dogma. Quer dizer, você consegue identificar o método, mas não o planejamento, feito com régua e compasso, não é uma obra de engenheiro. Era muito intuitivo e baseado em algumas convicções. A primeira delas descoberta com o documentário concerne a que a palavra falada tem um valor inestimável. Cinema não é só imagem e o que as pessoas falam é tão importante quanto aquilo que elas fazem. Então, o cinema da palavra, o cinema falado, é um princípio. Depois, vem a ideia do cinema do encontro, uma pessoa com quem se conversa, se tem curiosidade de conversar, um encontro de uma pessoa que quer saber e outra que quer contar.

Eu acho que as pessoas sabiam disso, as pessoas que conversavam com ele sabiam que estavam diante de alguém que queria muito, muito ouvir o que o interlocutor tinha a dizer e, portanto, se abriam, diziam aquilo que não tinham dito antes. Muitas vezes diziam coisas que elas próprias não sabiam que conheciam. Isso aqui é bonito no filme do Eduardo, que muitas vezes a pessoa está organizando o seu raciocínio naquele momento, na hora de verbalizar, entende alguma coisa que não entendia antes de dizer. Esses momentos são vários, momentos assim, ao longo da obra. E o método do Coutinho, para mim, de novo, não era uma coisa planejada, mas uma coisa que você só vê quando olha para trás e vão se formando os filmes. Um dado interessante é que cada filme que ele vai fazendo, ele vai suprimindo mais uma espécie de ferramenta à disposição do cineasta, ele vai eliminando, como se ele estivesse buscando a gramática mínima do cinema, qual é o mínimo necessário para que um filme seja filme. Então ele vai abandonando coisas que não são básicas, ele vai abandonando a trilha sonora, ele vai abandonando o roteiro, às vezes até ele sequer sabe qual é o tema do filme antes de começar a fazer o filme, é o caso de *O fim e o princípio* (2006), que começa com ele numa van dizendo estamos aqui atrás de um filme, atrás de personagens que nos aceitem, que também nos interessem, e a única coisa que eu sei é que existe um bom hotel no interior da Paraíba e a gente vai lá porque é um lugar confortável e ali a gente vai procurar pessoas, temas, assuntos, lugares, então ele abre mão disso. À medida em que ele vai caminhando, ele abre mão de segurar a câmera, o cinema todo é feito com a câmera fixa em cima de um tripé, ele abandona a locução, ele abandona a trilha sonora, enfim, no final ele abandona inclusive a locução, a câmera está dentro do estúdio e são as personagens que vêm até ele. E no último filme que ele faz, e que ele

não tem tempo de montar, que é o Últimas conversas (2015), relega uma coisa que para ele é fundamental, o tempo da memória entre o que você está relatando e o momento em que você relata, isso para o Eduardo era muito importante, que esse tempo fosse largo. É por isso que o cinema do Eduardo é basicamente feito com pessoas mais velhas e para ele esse trabalho da imaginação, do esquecimento, da memória, que vai adicionando materiais, não é mentira, trabalho de elaboração e de reescrita do passado. Ele não estava atrás da verdade factual, ele estava atrás do trabalho da imaginação a partir da experiência vivida. Então, quanto maior a distância entre a experiência vivida e o momento do relato, mais você esquece, você acrescenta, isso para ele era muito importante. E o que ele vai fazer no último filme dele? Ele vai conversar com um jovem que tem 17, 18 anos de idade e, portanto, a experiência relatada aconteceu ontem ou anteontem, dois anos atrás, quer dizer, não tem muita distância de elaboração para que você esqueça, para que você crie, e foi o filme mais difícil de fazer porque achava que ele estava fracassando, aquele material não serviria para ele, que ele não tinha interlocução com essa história. Estava errado, como se viu quando o filme ficou pronto. Mas, enfim, era mais um desses casos em que você tira da caixinha as coisas que são importantes para o cinema e vê o que sobrou e se é possível construir um filme. Esse era o método dele, eu tenho a impressão. Se arriscar.

3. SGA—Já lhe ouvi vocalizar um termo explosivo para o assunto das definições. Ao invés de filme documentário prefere filme de não ficção. Procede ou não, você se reporta nesses termos?

JMS—Não, não é um problema. Eu acho que o documentarista sempre vive essa posição para migrar para a ficção. Como se o cinema de não ficção fosse uma etapa intermediária até você chegar à grande coisa que seria o cinema de ficção. Então tem isso que você já deve ter me ouvido falar também, que todo documentarista, quase sem exceção, em algum momento, se ele é relativamente bem-sucedido, se ele já fez dois ou três filmes de ficção e tal, às tantas um jornalista vai chegar para ele e perguntar se você tem algum plano de fazer ficção, quando você finalmente vai fazer um filme de ficção? E não é uma pergunta que um diretor de ficção ouve. Nenhum diretor de ficção, em algum momento, tem que responder essa pergunta quando finalmente ele fará o primeiro documentário dele, porque ele já chegou no destino final. A imaginação das pessoas da ficção é o grande destino do cinema. E eu me bato um pouco com essa ideia. Eu acho que o documentário pode ser tão extraordinário quanto o cinema de ficção, tem outros desafios, tem outras dificuldades, mas elas não são menos complexas ou mais fáceis de serem superadas, esses obstáculos, essas dificuldades, do que aquelas dificuldades e obstáculos que o diretor de ficção precisa superar para realizar um bom filme. Então, eu me bato um pouco com essa história e digo, bom, é tudo cinema, não tem nada de original nisso, muita gente faz isso, e você tem ótimos cineastas que migram de uma coisa para outra e depois voltam. O Wim Wenders, os alemães, por alguma razão, fazem essa transição com mais facilidade. Mas aqui no Brasil, é curioso, porque durante muito tempo eu ensinei, eu fui professor em cursos de comunicação ou de cinema nas universidades, e percebi serem poucos no Brasil. E quando eu perguntava quem queria ser documentarista, no início dos anos

2000, pouca gente levantava a mão. As pessoas queriam fazer documentário, mas um pouco para aprender, para desenvolver o ofício mas o grande projeto era a ficção. E à medida em que a primeira década do século foi passando, no final eu fazia sempre a mesma pergunta, e tinha um número muito maior de pessoas que se sentiam em casa no documentário. Não é que negligenciasse um filme de ficção, mas claramente achava que o documentário era um bom lugar para ficar. E eu acho que isso a gente deve muito ao Coutinho, cuja segunda fase do cinema teve muita visibilidade, que teve reconhecimento em vida, meio que ensinou para a garotada que se interessava em fazer cinema, era possível falar do mundo e do Brasil, especificamente, de maneira comovente, tocante, complexa, através da não-ficção. E num país relativamente de renda média, mas pobre em cinema, em que os recursos para o cinema são muito limitados, o cinema pobre do Coutinho não é um cinema ruim. De fato ele é pobre de recursos, mas riquíssimo como narrativa. E eu acho que isso deu à garotada um incentivo adicional. Quer dizer que dá para fazer um grande cinema com recursos limitados. Eu não preciso sair atrás de alguns milhões de reais para fazer um filme com capacidade de me dizer alguma coisa sobre o lugar em que eu vivo, sobre as pessoas que me cercam, sobre esse país e tal. E o Coutinho, acho que deixou isso muito claro. Eu acho que durante muito tempo, talvez o cinema mais vital que o Brasil tenha produzido foi o cinema do Eduardo. Eu não estou dizendo filmes em particular, porque você tem grandes filmes. Mas o Coutinho tem mais do que um filme, ele tem uma obra, que é uma coisa que poucos cineastas podem dizer que tem. Por obra eu digo um conjunto de cinematografia e que inaugura uma coisa nova, que diz, olha, isso aqui nunca

foi feito antes. Eu acho que o Coutinho tem originalidade. Ele inaugura uma nova maneira de fazer cinema não-ficcional, que está ali no fio da navalha entre o cinema e o não-cinema. E tem uma coisa, aliás, que eu acho extraordinária também, porque na obra do Coutinho existe um diálogo com o espectador. E eu acho que é maravilhoso que o espectador brasileiro tenha entendido esse cinema.

Quando o Coutinho foi a Gramado levando o *Santo forte* talvez tenha sido outro momento crucial da vida dele. Ele submetia um filme que, à rigor, se você não sabe do que vem depois, se você só pensa, se você se coloca naquele momento, acho que em 1995, 1996, será que um filme feito de entrevistas, em que as pessoas param, olham para a câmera e respondem perguntas, seja cinema? Essa projeção lá em Gramado poderia ter sido um fracasso. A sala estava cheia, havia um clima de vamos ver o cara que dirigiu *Cabra Marcado para morrer*, demorou 15 anos para fazer uma coisa nova, vamos ver o que ele fez. E era plausível imaginar que, no final dessa sessão, a sala estivesse vazia. As pessoas poderiam ter falado, mas esse diretor perdeu o fio, ele está fazendo jornalismo, isso aqui não é cinema, e saíssem um pouco encabulados, um pouco decepcionados, e a sala terminasse com duas ou três pessoas. Era um desfecho possível, mas o que aconteceu? A sala estava cheia e no final uma ovação, uma consagração. Isso diz respeito à inteligência do espectador. Eu não sei se eu entenderia se estivesse lá. Eu já peguei o filme com um porte absolutamente original, tratado assim pela crítica, e claramente, na exibição, ele foi consagrado pelo público que estava lá. Mas não era óbvio que era isso que acontecer. Então, eu acho que o cinema do Coutinho é, ao mesmo tempo, a celebração de um grande cineasta e a

celebração de um grande público, que entendeu. Você sabe que isso é uma coisa que não aconteceu fora do Brasil. O cinema do Coutinho hoje em dia tem reconhecimento na América Latina. Eu converso muito com cineastas latino-americanos e todos eles têm o Coutinho como uma referência. Mas o Coutinho, por exemplo, foi para um festival importante para o cinema documentário, que acontece em Paris, ali no centro cultural Georges Pompidou (*Cinéma du Réel*), que é um centro cultural de arte contemporânea, importante na França. Ele já tinha ganho esse festival com *Cabra Marcado para Morrer*. E ele me disse que a sessão de *Santo Forte* lá foi desastrosa. O que poderia ter acontecido no Brasil aconteceu lá, entendeu? Os espectadores foram saindo. Esse cinema que é essencialmente brasileiro, em que você precisa entender a prosódia das pessoas, a maneira como elas se comportam, o gesto, a fala, é uma palavra encarnada. Você não conhece o Brasil, aquilo de fato não viaja bem, entende? Então, é um cinema que foi consagrado não só pela crítica, mas foi consagrado também pelo público, que compreendeu. Eu acho isso muito bacana, surpreendente e maravilhoso.

4. SGA- De acordo com o que vi e logo ouvi a prática da memória nos filmes de Eduardo Coutinho é acionada na fala, na entrevista, como um processo de testemunho da imaginação. Você também aciona muito esse uso da memória do corpo, motora, das coisas, certo? Inclusive, a coreografia manual de *Santiago* em ao menos duas ocasiões indica sua posição de gênero e classe, ou não?

JMS- Eu nunca tinha pensado na questão das mãos como um indicador de classe ou de gênero, ou o que quer que seja. Mas *Santiago*

inteiro é atravessado por isso. É o primeiro filme que eu não consegui fazer, eu não consegui fazer porque eu não me dei conta que esse era o assunto. Eu me excluía do filme. O filme era só sobre ele e a minha relação com ele não fazia parte da construção do filme. Eu não sabia por que não estava funcionando e eu o deixei de lado 13 anos para voltar ao material. Ao revê-lo claramente entendi que para que o filme pudesse existir, eu precisaria ser personagem do filme e a minha relação com Santiago precisaria ser explicitada. E essa relação era uma relação de classe, evidentemente, porque eu era o filho do patrão. Eu acho que o filme não é só isso, mas é isso também e talvez seja isso sobretudo. Mas eu acho que tem também a dimensão do afeto do carinho, da mutualidade. Mas, claramente, acima de tudo isso se sobrepõe à questão de classe, de poder. E é também, Sebastião, a relação espiritual de qualquer documentário. Ali, isso se explicita, porque, de fato, ele era o funcionário do meu pai e eu era o filho do patrão. Ele tinha trabalhado para mim, na medida em que ele tinha trabalhado para a minha família. Não trabalhava mais, ele era aposentado, mas a relação se mantinha. Mesmo quando isso não acontece, mesmo quando você não tem diante de você um personagem que trabalhou para você, que foi funcionário da sua família, a relação de poder num documentário é sempre assimétrica. Quem tem o poder é o diretor. Mesmo quando ele filma alguém que fora do filme tem mais poder do que ele. Por exemplo, eu fiz um filme sobre o Lula pouco antes de se tornar presidente da República. Na verdade, no final do filme ele se torna presidente da República. Mas, na hora de montar o filme, na hora de enquadrar, na hora de escolher a lente, na hora de saber como isso passa para aquilo, como essa sequência vira outra sequência, a decisão é sempre minha. E, evidentemente, a construção do Lula é uma construção que eu faço do Lula.

Então, a relação de poder é sempre uma relação de poder em que o documentarista tem a força e o personagem se submete a essa força. Eu acho que *Santiago* é também um filme sobre a natureza do documentário. Porque explica uma relação de poder que existe em qualquer documentário. Até mesmo na obra de documentaristas que se preocupam com essa questão e que tentam, de alguma maneira, equilibrar um pouco essa assimetria. Coutinho é um caso clássico. O Jean Rouch antes do Coutinho. O Coutinho foi muito influenciado pelo Jean Rouch também. Mas eu acompanhei todas as edições do Coutinho. Eu tenho todos os cortes de todos os filmes do Coutinho a partir de *Babilônia*. E eu sei muito bem como ele jogava fora personagens porque esse aqui não interessa, esse aqui não funciona, esse aqui não é bom e tal. Não significa que a pessoa não seja interessante, significa que para o filme essa pessoa não interessa e ele, bom, jogava fora, sem dó nem piedade. O que ele estava fazendo ali é exercer o seu poder como diretor do filme. E, evidentemente, o Coutinho é o diretor que tenta encontrar esse espaço comum. É o diretor do compromisso ético em relação ao personagem. Mas, mesmo nesse caso, se você perguntasse para ele, se ele estivesse aqui, ele te diria, em última instância, a decisão é minha e o poder é meu. Então, todo documentário é um exercício de poder. A questão, então, passa a ser o que você faz com esse poder. Quais são os limites desse poder? E é por isso que eu defendo, e já escrevi sobre isso, que a questão central do documentário não é uma questão epistemológica ou de você estar dizendo a verdade ou se você não está, se é factual ou se não é, se a pessoa está mentindo ou não está mentindo. Não é uma questão de linguagem, não é uma questão estética senão ética. É o que você faz ou o que você não faz com o personagem que tem

uma vida fora do filme. E, nesse sentido, é o que nos diferencia e é a única coisa que nos diferencia da ficção. O personagem de ficção existe apenas no filme. Ele não tem uma vida fora do filme. E, no caso do documentário, não. Essa pessoa tem uma vida fora do filme e, portanto, o seu filme terá um impacto, poderá ter um impacto na vida desta pessoa e você precisa lidar com esse problema. Você pode até fazer um filme para destruir a pessoa, ou para atacá-la, ou para denunciá-la. O Michael Moore, por exemplo, um documentarista conhecido, fez disso uma carreira. O que mais uma vez comprova é que o documentário tem essa peculiaridade. Ele é um cinema sobre pessoas que não existem apenas no cinema. E isso parece banal, mas isso é uma diferença radical em relação ao cinema de ficção.

5. SGA—Eu noto exatamente isso que você falou em *Santiago*, mas eu o elaborei de outra maneira. Em *Santiago* você cria vários canais de comunicação com o personagem central. Seu irmão narra em over como se fosse a primeira pessoa que a sua voz encarnaria, e contextualiza a história a ser contada um pouco afetado por sentimentos nostálgicos. De outro lado, as entrevistas que você e sua amiga Márcia Ramalho realizam são até certo ponto uma encenação de uma relação de classe um pouco rudimentar e agressiva, isenta de empatia com a diferença dele. O tipo patriarcalista ou patrimonialista brasileiro, as marcas de poder nacionais. Chegam à humilhação. Não foi um risco muito grande em se tratando de um documentário? Em se tratando de um documentário comercial ou público, boa parte das pessoas de repente se sentiram mal, enfim, o cinema também somos nós.

JMS—Essa é uma ótima pergunta. Deixa eu tentar responder por partes. Você fala que há uma encenação. Quem dera houvesse uma encenação. Eu me dei conta, 13 anos depois, que eu era aquela pessoa, que naquele momento eu era aquela pessoa que sentia vontade de dar ordens, para dizer, não, isso ou aquilo não me interessa, queria dizer o que eu sentia. Então, não havia encenação. Havia um jovem, eu era jovem, muito à vontade naquele papel, porque parecia ser a relação natural entre Santiago e mim. Porque provavelmente era isso que acontecia na casa em que eu cresci. Então, essa é a primeira coisa. A segunda coisa é que, 13 anos depois, quando eu voltei ao material, eu me dei conta que, para que o filme pudesse existir, eu teria que colocar o que havia de mais verdadeiro no material, onde a verdade se expressava, o que havia de mais rico, no sentido de ser mais verdadeiro, que era nessa relação. E, portanto, não tinha como omitir a natureza dela. Contudo eu acho que a relação não é feita apenas disso. Ela é feita disso, porque se fosse só feita disso, seria um filme extraordinariamente desagradável, talvez seja para algumas pessoas, mas é um filme que foi visto, foi bastante visto, é um filme que teve para os padrões da época um impacto muito importante. E muitas pessoas viram o filme mais de uma vez, é um filme que ainda é importante para muita gente, elas vêm falar comigo. Então, eu não acho que o filme tenha só a violência da relação de classe. Eu acho que o que ele tem é essa amálgama, que é muito brasileira, da violência com afeto, da relação de poder com a relação de carinho, essa ambiguidade que é muito nossa e pouco norte-americana, por exemplo. Muitas coisas estão amalgamadas, entende? E por isso que elas não se explicitam, elas não são tão claras. E na hora em que o filme ficou pronto, é claro que eu percebi que o

filme é um filme em que eu me exponho, e aí de duas uma, ou eu coloco o filme de volta na gaveta, ou eu torno esse filme público. O Santiago topou ser filmado, esperou que o filme ficasse pronto, dedicou tempo para que eu fosse lá com a equipe, no lugar em que ele morava, e ele já tinha morrido quando eu montei o filme pela segunda vez. E a gente está aqui falando dele. O filme é de 2006 ou 2007, portanto a gente está falando dele quase 20 anos depois. Significa que, de alguma maneira, ele está vivo na tela, ele existe como personagem, é uma maneira de homenageá-lo. Então eu acho que, em última instância, a decisão de tornar o filme público foi muito acertada, em parte porque eu acho que explicitam essas coisas que no Brasil são sempre ofuscadas. Não tem muitos filmes no Brasil sobre a classe dominante, sobre o que a classe dominante faz, enfim, ali a câmera entra nesse ambiente.

Eu não fiz para isso o filme, na verdade, como eu te falei, o filme seria só sobre ele. Mas não foi isso que eu fiz, sem perceber, eu fiz um filme sobre a classe dominante, mas não era isso que eu queria fazer. Aí é um pouco compromisso de documentarista, foi o filme que eu fiz, o filme está pronto, é esse o filme, vamos colocá-lo à prova. Você sabe o que mais me constrange do filme? E faz muito tempo que eu não vejo *Santiago*, e eu não sei se eu vou revê-lo, porque tem uma coisa que me constrange mais do que essa ideia de que eu apareço lá com a minha arrogância, enfim. Isso está lá, está dado, aconteceu, espero que eu não seja mais aquela pessoa, talvez seja, não sei. Mas o que mais me constrange é uma reação muito mais comum do que essa sua, das pessoas que chegaram para mim, quer dizer, algumas pessoas chegam e dizem “você é insuportável, você está ali exercendo a sua arrogância de classe”. Algumas pessoas falam isso, é chato, mas é

verdade, mas também que coragem você teve de fazer esse filme, porque aí parece uma coisa narcísica, entendeu? É como se eu já, ao mostrar o filme, eu já embutisse a vacina que impede que eu seja criticado. Quer dizer que esse filme é muito corajoso, porque você mostrou as relações de classe no Brasil e isso em si é uma grande virtude, entende? Eu não acho que se trate de virtude ou de defeito ou de coragem ou falta de coragem. É o filme que eu fiz na hora e eu consegui montar. Foi esse o filme que eu consegui montar, porque o outro eu não consegui fazer. E como documentarista que monta um filme e o filme fica pronto, o filme tem que ser colocado à prova. E a prova é essa. Eu não fiz para ficar bem na foto nem para ficar mal na foto. O filme é o filme e o filme precisa se defender. A minha posição em relação ao filme, eu acho marginal, assim, eu acho, não acho que seja uma questão importante. O mais importante é que o filme exista. E eu não vou aqui afetar uma falsa modéstia. Eu acho que o filme tem importância, porque a partir do *Santiago* muitos filmes surgiram na primeira pessoa, em que se fala de si, das suas relações familiares, das suas relações de poder e tal, não só no Brasil, como também fora do Brasil. E eu acho que *Santiago* não é o único filme que faz isso, mas eu acho que é um dos primeiros que faz isso. Então, de certa maneira, ele abriu um flanco para uma coisa que não era muito comum no Brasil, documentar na primeira pessoa. E não é à toa que eu fiquei tão próximo do Coutinho, porque, evidentemente, *Cabra Marcado para Morrer* é isso também.

6. SGA—Mas e a posição da sua amiga, Márcia Ramalho, por exemplo? Porque ela sim, digamos, sem ser da sua família, também manteve esse mesmo registro de ostensiva violência

contra ele, eliminando qualquer tipo de resposta ou de opinião do Santiago.

JMS—Eu acho que é uma questão de classe também, entende? É uma pessoa de quem eu gosto muito, uma fotógrafa extraordinária, e eu acho que é acostumada em estúdio a agir daquele jeito... Porque não é só uma fotógrafa, é uma grande fotógrafa, e é acostumada em estúdio a tratar os seus modelos dessa maneira, quer dizer, você está aqui, é meu serviço, porque eu sou fotógrafo, eu sou documentarista, e você, nesse momento aqui trabalhando. Tinha um pouco disso também, levando para dentro do set de filmagem a experiência dela de fotógrafa muito bem sucedida na área de publicidade, na área de moda, etc. Mas acho que tinha uma questão de classe também, sabe? E tinha uma outra questão, Sebastião, que parece tola, mas ela também entra na equação. Então, o trabalho era feito com fita. Não é vídeo, é película. Na época, era muito caro fazer as coisas em película, era super16, preto e branco, e esse material não era revelado no Brasil, precisava ser mandado para fora, revelado fora do Brasil, porque não tinha nenhum laboratório que revelasse super16 em preto e branco no Brasil. E a gente tinha um número limitado de latas. Eu não lembro mais quantas latas eram, mas, sei lá, eram 15 latas, 20 latas, cada lata tem 10 minutos. Então, tinha também a agonia de ver o filme, o rolo chegando no fim, e o Santiago não nos entregando o que a gente precisava. Queríamos desesperadamente que ele fizesse aquilo, tinha sido combinado e tal. Então, a impaciência também acho que tem a ver com o fato de que você tem ali uma pressão econômica, você precisa... Se a gente perder muito tempo, vai acabar o negativo e acabou o filme, e a gente não

tem o filme na lata, entendeu? E eu me lembro muito claramente disso, muito claramente disso, do Walter Carvalho me dizer que só tem mais 15 latas, só tem mais 14 latas, só tem mais 13 latas, só tem mais 8 latas, e às vezes uma lata inteira era gasta, e a gente ainda estava tentando acertar o passo, entendeu? E a gente sabia que aquela lata de 10 minutos não adianta nem revelar porque aqui não tem nada, entende? Então, tinha muito risco também. Eu acho que se a gente tivesse feito o filme em vídeo, provavelmente a filmagem teria sido mais serena, não teríamos essa espada em cima da cabeça de eventualmente ter que terminar o filme sem ter filmado. Eu não estou encontrando uma desculpa, só estou acrescentando mais um ingrediente, a tensão que circulava no set naquele momento.

7. SGA—Sim, essas questões eram orientadas pelas prevenções, pela práxis. Inclusive o Eduardo Escorel outro dia comentou acerca disso, que hoje em dia se têm 200 horas para você editar. *Cabra Marcado para morrer* tinha 12 horas de material. No filme *No intenso agora* (2017) a sequência das análises ergométricas dos gestos mais impulsivos e reveladores do espírito do tempo parecem mônadas revolucionárias a ponto de que haja ali, por momentos, toda uma dramaturgia da revolta, certo? O rapaz lançando o coquetel, o qual analisa, é um índice da ação em uma espécie de exercício teórico que logo você leva a termo. Tem outras sequências assim além daquelas ou você as escolheu por ser o momento fulcral, ínfimo, mínimo da insurgência?

JMS—É isso. É o gesto mais simbólico de 68, o lançamento de paralelepípedos e o lançamento de coquetéis Molotov. O que eu

entendo agora, basicamente, é que eu me dedico a analisar a qualidade do material. O que o material bruto está nos dizendo? E isso é resultado direto de todas as conversas que eu tive com o Eduardo Coutinho ao longo de anos e anos. Para mim interessava muito, e para ele interessava muito, saber por que as pessoas filmam. Elas filmam dessa maneira e não de outra. Por que as pessoas que filmam mais em 68, filmam daquela maneira? E por que as pessoas que filmam a primavera de Praga, no mesmo ano de 1968, filmam da maneira como filmam? E o que é o enquadramento? O que é o uso da lente? O que tudo isso nos diz das condições sociais e políticas em que essa filmagem está acontecendo? Então, a ideia ali é pegar o material bruto e fazer uma espécie de anatomia dele, colocá-lo embaixo de um microscópio e ficar olhando o que está dizendo. Na minha crença, o material de arquivo nunca é sobre o passado, nunca é apenas sobre o passado, é sobre o presente também. Ele está te dizendo alguma coisa sobre o que você está vivendo no presente. O material de arquivo não está morto, ele está vivo. Então, *No intenso agora*, por exemplo, que é um filme sobre a revolta de 68, foi mostrado em festivais mundo afora. Nos Estados Unidos, quando ele foi exibido, as perguntas eram todas sobre o movimento *Occupy Wall Street*. Em Israel, quando o filme foi exibido, as pessoas queriam saber como reativar o impulso libertário da esquerda, uma vez que em Israel, já em 2017, a esquerda tinha desaparecido do mapa político, só existia a direita. Agora ainda mais, mas em 2017 já havia um pouco essa sensação. No Brasil, só se falava de 2013, de junho de 2013. Ou seja, aquelas imagens de 68 não diziam respeito a 68, as reflexões que eu fazia sobre 68 não diziam respeito a 68, diziam respeito ao momento político de cada um dos países. O que eu falava era do kirchenismo, e por aí vai, entendeu? Na França se falava muito, de novo, da crise da esquerda, da cooptação

da esquerda pelo projeto, digamos, do Consenso de Washington, etc. Na verdade, as discussões não eram sobre o momento político de 68 eram sobre o que acontecia no entorno das pessoas naquele então. Eu acho que a beleza do material de arquivo é um pouco essa, você não achar que ele é apenas uma representação de algo que aconteceu. Ele está te dizendo coisas importantes sobre o que acontece agora, neste momento. Maio, junho de 2013, como a gente sabe o Brasil estava em ebulição eu comecei a montar o filme em junho de 2013. Eu me lembro de estar na ilha de edição pensando sobre o Maio de 68 enquanto as ruas no Brasil eram tomadas por aquelas pessoas. Eu via o Maio de 68 e lendo as memórias das pessoas que viveram em 68, um caráter de fato bastante performático. Nunca estive em questão a derrubada da ordem. Nunca houve um gesto real de derrubada de ordem. Eu acho que o movimento era um movimento com impacto profundo na sociedade francesa. Mas aquilo que se disse justamente não aconteceu. O De Gaulle continuou presidente, a direita se fortaleceu, a revolução não aconteceu, pelo contrário, cresceu a reação. E o que eles queriam era isso, o que eles queriam era derrubar o regime. Não conseguiram derrubar o regime, porque havia muito de performance. Havia muito de teatro. Era um bom teatro. Era um teatro sincero. Mas era um teatro. Em 2013 também teve muito de teatro, de encenação de uma revolta, mas não a revolta em si. Havia muita dúvida do que fazer, para onde ir. Havia uma recusa de lideranças, tanto em 68 quanto em 2013. É muito difícil você ter um momento com capacidade de fato de colocar a sociedade de ponta cabeça sem uma vanguarda que lidere. A recusa da vanguarda é, de certa maneira, uma sinalização de que aquilo vai acabar, a energia daquilo vai se dissipar em algum momento, porque não tem ninguém que canalize numa direção ou em outra. E, portanto, quando você quer,

quando eu quis, identificar esse momento teatral e nem por isso é um juízo sobre a falta de seriedade. O teatro pode ser sério. O gesto em que esse teatro mais se tornava explícito, mais se tornava visível, é o gesto do lançamento do paralelepípedo. Então, ali, você tem um pouco essa descrição quase ensaística do que significa lançar um paralelepípedo, o que é performático, teatral. E, de novo, eu insisto nisso. Não é dizer que esse teatro se opõe à ação verdadeira. É uma ação, mas ela é uma ação que fica numa ordem de coisas que não é aquela da verdadeira revolução. É outra coisa, entende? E os efeitos de 68 são efeitos que virão a longo prazo. A sociedade francesa ficou menos hierárquica. A geração de 1968 vai chegar ao poder na década de 1980, precisou de pelo menos 20 anos, menos, 15 anos para que aquilo conseguisse, aquele ácido conseguisse dissolver a rigidez da sociedade francesa. É muito importante. Mas, se você vir as imagens de 68...bem...você usou a palavra patriarcado. As relações em geral são muito marcadas e são absolutamente idênticas às relações de gênero da burguesia. Só tem homem falando, a liderança é toda masculina, as mulheres são todas coadjuvantes, os migrantes são todos coadjuvantes. Eles aparecem na borda das imagens. É a isso que eu me refiro quando eu digo o que dá para dizer sobre essa imagem que quem filmou não sabia, entendeu? Dá para ver que, por exemplo, as mulheres foram excluídas de 68. Eram participantes anônimas, silenciosas. E os imigrantes, os negros, os argelinos, eram coadjuvantes e foram chamados a tomar posição. Até mesmo os operários são coadjuvantes. E os operários, quando eles aparecem, tem aquela cena absolutamente maravilhosa, daquela operária que é forçada pelos sindicalistas a voltar para dentro da fábrica, e para ela é um inferno, a sequência termina com o estudante ocupando o centro da ação, não a sindicalista. E quem está filmando é quem faz 68, são

estudantes, e, portanto, homens brancos da classe média francesa, que é quem essencialmente fez mais 1968. Isso está tudo na imagem, isso está tudo expresso na imagem. Se você analisar a imagem com esses olhos de alguém que não se convence muito sobre o que está sendo dito. Elas estão no filme, não? Tem uma narração, geralmente triunfal, dizendo que a revolução aconteceu depois, uma narração que fala da igualdade entre as pessoas, mas, na hora que você vê e abstrai, você vê o que de fato a imagem está dizendo, muitas vezes o contrário do que a narração afirma. E isso é que eu acho muito interessante, ver que o material bruto não mente, entende? Se você se dispõe a vê-lo, tal como ele é, ele te diz a verdade do que está sendo visto, mesmo que o diretor, ou quase sempre, quando o diretor não faz ideia do que ele está filmando, ao contrário do que ele acha que está filmando, quando isso acontece é muito interessante. E é a minha experiência com o *Santiago*. Eu filmei *Santiago* achando que estava fazendo uma coisa e acabei fazendo uma coisa inteiramente diferente, muito mais incômoda, muito mais delicada, mas foi o que eu fiz. Então, enfim, decidi que isso merecia ser visto. Em 68 foi a mesma coisa. Eu acho que as pessoas que filmaram em 68 não sabiam bem o que estavam vendo. Achavam que estavam vendo uma coisa, mas filmaram outra. E é um pouco isso que o filme faz, identificar as imagens.

8. SGA—Esta é uma reflexão que gostaria que complementasse. Sua obra está calcada em memória familiar mas sua autor-representação é em geral discreta. Os casos ambíguos seriam a impostura senhorial que mantém em *Santiago* e talvez *No intenso agora*, com a politização inevitável das viagens da sua mãe, espécie de diplomacia crítica. Você editou essas imagens pensando nisso?

Nessa possibilidade de um diálogo do Brasil, de você e da sua família com o mundo? Uma atualização...

JMS—Não, eu não sei exatamente o que você está perguntando, mas deixa eu te dizer por que eu acho *No intenso agora* interessante. Interessa na medida em que alguém ao sul do Equador, de um país definido por quem está ao norte como periférico, sobre o qual todo mundo que está ao norte do Equador se sente livre para vir, para falar, para fazer filmes sobre, para escrever livros e tal agora tem a arrogância de dizer, não, eu daqui quero fazer um filme sobre um evento que foi fundamental para vocês, maio de 1968, e mostrar esse filme na França. Eu, como brasileiro, quero refletir sobre o que aconteceu em Praga, em 68. Eu, como brasileiro, quero refletir sobre o que aconteceu na cena da Revolução Cultural. Pode ser uma reflexão pobre, pode ser uma reflexão rica, isso não cabe a mim, entendeu? Mas o que eu quero é ter a petulância de exhibir esse filme em Paris e dizer, eu tenho o direito de pensar sobre vocês, assim como vocês sempre tiveram o direito de pensar sobre a gente. E mais, eu não quero ser obrigado a sempre levar para o Norte filmes sobre o Brasil que eles esperam ver. Filmes sobre a violência, filmes sobre a desigualdade social, filmes sobre o drama das favelas, sobre a polícia que mata. Esses filmes são importantes, porém não pode ser só isso. E a gente tem, tem que ter o direito de poder pensar que estamos no mundo. O Maio de 1968 influenciou não a minha geração, era uma criança, mas a geração do Gabeira, muita gente que veio antes de mim teve uma inscrição importante, do ponto de vista cultural e político. Então, eu reivindico o Maio de 68 como uma coisa que também é minha, né? Porque influenciou o pensamento no meu país. E eu quero

ter o direito de pensar sobre isso, e mais, eu quero ter o direito de dizer para eles o que eu penso sobre isso. Então, exibir um filme desse em Paris e não exibir *Notícias de uma guerra particular*, por exemplo, me parece muito mais importante. Nesse sentido, colocar de ponta cabeça essa equação de, não, da América do Sul nós só queremos filmes sobre violência, sobre favelas, sobre traficantes, esses a gente aceita, até porque a gente se sente bem vendo esses filmes, porque graças a Deus não somos nós, são eles. E eu posso também exercer a minha solidariedade, dizer, poxa, estou com vocês e tal, mas é mais complicado quando aparece alguém querendo mostrar um filme sobre um evento deles. Então, isso pra mim é uma coisa que me interessa. E eu acho que no *Intenso Agora* tem bastante dessa petulância boa.

Além disso, filme nasce do material da minha mãe, já falei isso algumas vezes, quer dizer, é um material que eu encontrei no final da edição do *Santiago*, eu não conhecia o material, eu vi o material, em seguida eu encontrei os diários, por exemplo. De novo, começou como uma coisa que era muito pessoal, porque minha mãe nesse relato falava de uma aventura muito feliz, essa viagem foi uma viagem de deslumbramento, e a mãe com a qual eu cresci é uma mãe que se entristeceu muito, que sofreu de depressão, então, pra mim foi muito surpreendente vê-la tão feliz. E eu quis pensar sobre como é que as pessoas perdem essa alegria, como é que se vira essa chave, como é que você tem a capacidade de ser feliz e você perde isso. Naquele momento, nós morávamos na França, meu pai tinha sido ministro de governo antes do golpe militar, então a gente saiu do Brasil. (Walther Moreira Salles foi ministro da Fazenda do governo João Goulart). Eu comecei a ler sobre 1968 e vi que todas as pessoas que viveram

a exuberância daquela semana de maio, muitas delas, todas não, mas muitas entristeceram depois, tiveram esse movimento de viver um absoluto naquele momento, pertencer a uma nação oceânica, a sensação de que você é a história, você está mudando a história, um veículo da história. Depois todo mundo voltou pra sua individualidade, para sua solidão, pro seu problema, acabaram entristecendo. Foi por isso que eu cheguei a 1968, o que era muito pessoal, a alegria da minha mãe e a tristeza da minha mãe, a alegria de quem fez 68, a tristeza de quem fez 68, como essas coisas, como essa transição acontece. Os filmes nunca nascem por uma razão só e isso então fez com que eu acabasse querendo ver as imagens de 1968, a alegria nos olhos das imagens de 1968 feitas no calor dos acontecimentos. Havia claramente essa exuberância, esse deslumbramento, essa alegria, era muito o que as pessoas diziam. Era incrível, maravilhoso você sair na rua junto com aquele oceano de pessoas, como você era uma coisa só junto com elas, mas quando isso acaba, você volta a ser quem você era, pequeno, menor, sem essa conexão, e isso é doloroso de um ponto de vista anímico. Então o filme nasce um pouco disso, e à medida em que foi avançando eu me dei conta de que eu estou aqui no Brasil, refletindo sobre 68, que é uma coisa central na vida dos franceses até hoje. Me dei o direito de pensar sobre um movimento político que foi vivido lá e não vivido aqui, eles vêm para cá fazer filmes sobre a ditadura militar aqui no Rio, na Argentina, por que a gente não pode fazer filmes sobre a guerra do Vietnã, por que a gente não pode fazer filmes sobre maio de 68? A gente pode, a gente deve, e é importante para a gente, se isso tem alguma maneira de se confrontar a uma questão nossa, que naquele momento dizia respeito a uma questão minha, refletir

sobre essas imagens, refletir sobre essa questão do deslumbramento e do fim do deslumbramento. Fiz um filme sobre o maio de 1968 e a exibição em Paris foi muito interessante, as exibições em Paris foram muito interessantes, então nesse sentido foi bom.

9. SGA—Num espaço de tempo de quatro anos você filmou e editou *Entreatos*, um filme acerca de um personagem com o vulto humano e político de Lula, e *Santiago*. Ambos foram em seu momento sujeitos subalternos. Observo discrepâncias e coincidências numa espécie de extratexto ou paratexto imaginário: você mantém certa distância de Lula, no momento de opinar, é um documentário do tipo *direct cinema* e de observação, mas sobrecarrega de falsas moralizações aristocráticas em *Santiago*, certo? Como foi essa experiência? Foi terapêutica, você planejou esse abismo no olhar de ambos os filmes? Em um você desaparece e noutro você se desfigura...

JMS—Quando eu fiz o filme do Lula, o filme de Santiago não estava na minha cabeça, porque já tinha tentado montar, eu não tinha conseguido, ele foi parar na gaveta em 1995 e 1996. Depois só tinha cabeça para o filme do Lula em 2002. Então, nesse meio tempo, eu descobri o cinema direto, eu descobri o cinema de observação, que me interessou muito durante um período da minha vida, e o filme do Lula foi feito segundo esses princípios. É curiosa essa comparação que você faz, eu acho que ela é absolutamente legítima, mas eu só quero te dizer aqui do ponto de vista do que se passava pela minha cabeça na época, o filme do Santiago era um filme que não existia mais, tinha desaparecido, não deu certo. Fui fazer outras coisas, uma delas, o filme do Lula

em 2002. Terminado o *Entreatos*, por razões pessoais, eu voltei ao material do *Santiago*, mas depois, porque o filme do Lula estreou acho que em 2004, e eu não me lembro quando eu voltei a montar o *Santiago*, acho que em 2005, 2006, não foi em paralelo, salvo engano. E são filmes radicalmente diferentes, você tem toda razão, quer dizer, o partido de um é quase o oposto do partido do outro. Embora, vou voltar a dizer, quando eu fiz o *Santiago*, tentei montar e não consegui, mas se tivesse dado certo a gente não estaria tendo essa conversa agora. Porque você veria um filme em que um personagem falaria do início ao fim, e você não saberia o que estava por trás das câmeras, você não teria as minhas ordens para ele, você não teria a minha impaciência, você não teria a relação de classe que teria sido omitida, entende? E era isso que estava na minha cabeça. Então, a ideia da minha intervenção, a ideia de eu aparecer como personagem em oposição a eu desaparecer como personagem no *Entreatos*, isso não existia, porque eu estaria desaparecido nos dois filmes.

Agora, uma coisa, eu estou falsamente ausente no *Entreatos*, pois a vontade de um cinema em que a materialidade da câmera e do diretor desaparecem, a famosa mosca na parede, coisa que os inventores do cinema direto mais ortodoxos defendem, eu já tinha abandonado há algum tempo. Eu estava muito mais na ideia de Jean Rouch de dizer que a presença de uma câmera catalisa o personagem, ele vira, na verdade, o personagem e o teatro do personagem. Ele sabe que tem uma câmera, ele sabe que tem um diretor, ainda que o diretor não se expresse, ainda que o diretor não apareça no filme, a presença dele, a presença da câmera, claramente muda o comportamento do personagem. E eu aceito essa mudança, esse teatro, porque eu acho que esse teatro, como eu te disse da cena do paralelepípedo,

o teatro é um teatro que expõe a verdade de alguma forma, é o teatro que o personagem decide fazer de si mesmo, portanto está me dizendo como ele quer ser percebido publicamente. Algumas das melhores cenas do *Entreatos* acontecem porque o Lula sabe que tem uma câmera rodando e ele está atuando para a câmera. As cenas do avião, por exemplo, ele sabe que o Walter Carvalho está ali com a câmera olhando para ele e ele então resolve se comparar ao Lech Walesa, por exemplo, o PT ao Solidariedade. Isso não teria acontecido se não fosse a câmera, ele está falando para a posteridade, está falando que ele sabe que isso vai virar um filme. Do mesmo modo, tem momentos em que ele esquece da presença da câmera, assim como quando você filma 18 horas por dia, durante 3 semanas ininterruptamente, é um pouco feito um barulho de um ar-condicionado que você sente na hora que você liga e depois de 15, 20 minutos ele desaparece, porque você naturaliza. Isso acontece com a câmera também às vezes e não tem na verdade uma hierarquia no momento em que ele se esquece da câmera ele é melhor para o filme do que no momento em que ele sabe que tem uma câmera e ele atua para a câmera. Depende muito do que você está filmando, então no caso do filme do Lula eu não acho que eu esteja ausente do filme, ou pelo menos eu não acho que o filme seja um filme que existiria e que o Lula diria o que ele diria, faria o que ele faz se não tivesse ali uma câmera. O filme só existe e o Lula só diz boa parte das coisas que ele diz porque tem uma câmera que estimula ele a dizer o que ele quer dizer. Não é que ele esteja mentindo, mas ele está atuando porque ele quer ter um personagem que se exponha na hora em que tem uma câmera ali. A minha invisibilidade é uma falsa invisibilidade, certo? Porque está estimulando ele a ser o que é.

10. SGA—E você aparece uma vez...

JMS—Eu apareço uma vez, eu acho que eu apareço uma vez um pouco por causa disso, para dizer, olha tem um diretor aqui, tem uma câmera aqui e outra coisa, o meu nome aparece, direção João Moreira Salles, na hora em que uma porta é fechada. Na primeira cena do filme eu estou filmando o Lula no estúdio de rádio onde ele vai gravar, e aí chega o Mercadante e puxa ele, é quase uma consequência, leva ele para uma sala, a câmera tenta entrar na sala, o Mercadante diz aqui não, fecha a porta. E aí eu coloco direção João Moreira Salles. Não é à toa, entendeu? É para dizer também olha, não achem que eu filmei tudo, tem coisas às que não tive acesso e eu estou assinando o meu nome aqui numa porta que se fecha para a câmera para deixar claro que embora outras portas não se fecham ao longo do filme, saibam que tem quartos em que eu não entrei, tem salas nas quais eu não entrei, tem conversas às quais eu não pude participar.

11. SGA—Em relação à primeira coisa que você disse, o Santiago essencialmente se tornou possível porque o tempo passou.

JMS—Para mim, o tempo passou. Quando eu fiz o primeiro *Santiago* eu tinha 30 e poucos anos, se não me engano. Quando eu montei o *Santiago*, para valer, na segunda vez, eu já tinha entrado na meia idade. Eu tinha 40 e poucos, 44, 45, já não me lembro. É quando a gente começa a se dar conta da passagem do tempo, não diria da brevidade da existência, mas que ela, de fato, chega ao fim. Minha mãe, nesse intervalo, tinha morrido. E como a matéria do *Santiago* é o tempo, o Santiago é uma pessoa que, na imaginação

dele, de certa maneira, aboliu o tempo porque ele lidava com aqueles personagens como se fossem contemporâneos dele. Ele lidava com todo esse grande elenco de aristocratas espalhados pela história universal, que eram, na verdade, mais próximos dele do que os seus contemporâneos. Eu te diria que o filme *Santiago* se tornou possível porque eu entendi um pouco essa ideia do tempo que passa no momento em que eu decidi voltar ao filme. Com 30 e poucos anos, eu acho que eu não era capaz de compreender isso. A gente tem uma concepção do tempo quando a gente é jovem, mas ela não passa pelo corpo. Ela é uma questão puramente intelectual. Evidentemente, você sabe que o tempo existe. Evidentemente, você sabe que ele acaba para as pessoas, que a vida chega ao fim. Todas essas coisas a gente sabe, mas não é um conhecimento tomado de emoção, tomado de experiência vivida. É um conhecimento quase abstrato. Ele está distante de você, ele está fora de você. Quando eu fui fazer o filme, o tempo já estava dentro de mim. Eu não era uma pessoa velha, evidentemente, mas eu já era uma pessoa de meia idade. Coisas tinham acontecido na minha vida, pessoas tinham morrido, eu tinha perdido amigos, eu tinha perdido minha mãe. Foi uma morte difícil, foi uma morte triste. Eu já tinha desfeito um casamento, estava no segundo, e ele estava se desfazendo. Tinha uma série de questões ali, muito pessoais, que me fizeram entender melhor essa dimensão do tempo. Então, eu não acho que o filme seja necessariamente nostálgico, o *Santiago*, mas ele é uma reflexão sobre a passagem do tempo. E aí você se refere à casa. Talvez houvesse, sim, talvez há uma idealização da casa e o que ela representou no momento em que ela vivia o seu auge. Essa casa foi construída na década de 1940, inaugurada na década de 1950, e ela representa o momento em que o Brasil tinha

muita ambição. E era uma ambição que não era uma ambição nacional, sequer uma ambição nacional, era uma ambição planetária. Esse é o momento da grande arquitetura brasileira, esse é o momento da Bossa Nova, esse é o momento do Cinema Novo, esse é o momento do Rio de Janeiro um pouco como centro de coisas importantes que aconteciam no Brasil. O mundo começava a prestar atenção. O *locus* disso era o Rio de Janeiro. E a casa representava isso, a casa era mais feita para receber do que para ser um lar. Era uma casa que tinha mais salões para receber do que quartos para dormir. E basicamente as pessoas todas que eu mencionei e que representam esse grande momento do Brasil passaram por essa casa. Não só os arquitetos passaram pela casa, mas os músicos, a seleção brasileira de 1970 Era a esfera em que o papai circulava, que era uma esfera evidentemente do mundo econômico, com interseção com o mundo da cultura, logo os melhores escritores e pintores passaram pela casa, o papai era amigo deles. Muita gente de fora com projeção passou pela casa. Os *Rolling Stones*, eu bem pequenininho me lembro do Mick Jagger, os Rockefeller muito, porque meu pai também era amigo deles. Então era um momento da vida brasileira em que a gente achava que podia ter importância no mundo, sabe? E a gente achava que o mundo tinha razões para vir para cá, para ver coisas novas, coisas originais, coisas grandes. E quando eu faço filme, quando eu rodo filme na década de 90, o Brasil está à deriva, mas principalmente o Rio de Janeiro está à deriva. O Rio de Janeiro perdeu toda a sua identidade, aquelas sucessões de violências políticas sofridas pela cidade. O Rio deixou de ser capital do país nesse mesmo período, o centro econômico do Brasil migra definitivamente para São Paulo, então os bancos que têm uma sede aqui

vão para São Paulo, as grandes empresas que tinham uma sede no Rio de Janeiro vão para São Paulo. O Rio de Janeiro se esvazia e a casa perde o sentido, e ela está abandonada em parte por causa disso. Não fazia mais sentido uma casa feita para acolher o melhor do Brasil e, de certa maneira, os grandes personagens do mundo rico ao norte do Equador. Não tinha mais razão para vir para cá, porque a cidade tinha se perdido e o Brasil tinha se perdido. Depois o momento do Collor, era a nossa primeira eleição presidencial depois de muito tempo, a gente elege quem, o Collor, e aí você mergulha uma vez mais em uma crise política. Enfim, o Brasil parecia não saber para onde ia e o Rio de Janeiro menos ainda. Então o filme é um pouco isso. Sem explicitar, na minha cabeça já estava muito claro. Como aquele Rio de Janeiro, daquela casa, era um Rio de Janeiro com muito mais prumo, muito mais forte do que o Rio de Janeiro que eu filmei naquele momento. Não é à toa. Eu acho que um pouco depois do *Santiago*, dois anos depois de *Santiago* filmado, não do documentário finalizado, eu realizei *Notícias de uma Guerra Particular* (1999) com a Kátia Lund, este sim o retrato da cidade, da cidade contemporânea às filmagens de *Santiago*, e que é o oposto absoluto do que representava aquela casa. Evidentemente, agora eu sei que tem a questão de um recorte de classe. É evidente que nos anos 1950 e nos anos 1960, antes do golpe, em que o Brasil florescia, tinha missão, faz Brasília em cinco anos, faz *Terra Transe, Deus e o Diabo na Terra do Sol*, todo o Cinema Novo. Ao mesmo tempo, era um país miserável, era um país com imensas desigualdades, um país basicamente analfabeto. Então, é claro, isso precisa ser tomado com todas as cautelas possíveis e imagináveis. Mas, na década de 1990, o Brasil era igualmente violento, porém mais educado do que era nas

décadas em que a casa vivia o seu apogeu, mas não era um país substancialmente mais justo, e ainda tinha isso, tinha perdido a sua vocação, tinha perdido a sua ambição. Então, o filme é uma reflexão sobre todas essas questões.

12. SGA—*Santiago* é tão sofisticado nas suas falas que teoriza acerca da história como um documento de civilização e barbárie qual Walter Benjamin. Como foi lidar com essa grandeza em um homem que ao mesmo tempo realizava um ofício mais mezinho, ou cotidiano, quase intrascendente, se formos qualificar com a gradação das profissões? Reitero que você disse haver adotado um procedimento de indiferença e até senhorial recorrente na sua infância em relação a ele.

JMS—Essa foi a razão pela qual eu decidi fazer o filme. A descrição que você faz dele era exatamente o que me cativava no personagem. Eu convivi com ele desde criança e sabia de tudo isso. É por isso que o filme é mais matizado do que simplesmente uma relação de senhor e escravo, para usar os termos de Hegel. Porque tem uma relação de poder, de quem manda e de quem obedece, mas também uma admiração muito grande, que é o motivo... É a razão pela qual o filme foi feito. E essa admiração não é apenas uma admiração, digamos, ligada à erudição dele. É mais do que isso. É uma coisa que, para mim, é mais importante do que isso. Qualquer pessoa que assista ao filme pode imaginar, quem morava naquela casa, os donos daquela casa, os senhores daquela casa, tinham todas as ferramentas na mão para construir uma vida feliz. Tinham os meios, os recursos. E nem todos conseguiram. Pelo contrário, até. O Santiago, por sua vez, que nasceu sem recurso

nenhum, e mais do que isso, dada as suas características individuais, tirou as piores cartas do baralho, segundo os critérios dele, do que seria uma boa carta no baralho. Ele não gostava de ser sul-americano, queria ser europeu. Ele não gostava do século XX, teria adorado nascer na Itália do século XVI ou do século XVII. Ele evidentemente não gostava de ter nascido plebeu, teria adorado nascer aristocrata. O fato de ele ser homossexual evidentemente não facilitou a vida dele, tendo nascido em um pequeno povoado no interior da Argentina no início do século XX. Então, na verdade, tudo conspirava contra. E, no entanto, por força da sua imaginação, da capacidade de transformar as coisas pela invenção, pelo puro ato da invenção criativa, ele termina a vida sendo um homem, eu não diria feliz, porque talvez seja excessivo, mas ele diz no filme ser um homem contente, um sujeito apaziguado e com a clara consciência de que fez coisas de grande valor. Então, essa nossa perspectiva ao dizer, bom, mas o trabalho dele, a vida dele foi dedicada a coisas menores, é a nossa perspectiva. Não era dele, porque na hora que ele fazia um arranjo de flor, como ele mesmo diz no filme, o arranjo de flor podia ser apenas um arranjo de flor para todas as pessoas que chegavam para o baile ou para a festa ou para o jantar naquela casa na Gávea e eram recebidos por um deslumbrante arranjo de flor. Para ele era muito mais do que isso, era um coral, era um coral de Bach, era um coral de Handel e isso é, isso não é apenas retórico, entende? Isso para ele era a produção de alguma coisa metamorfoseada. E como tudo o que ele fazia na casa da Gávea não era para uma casa na periferia do mundo, ele via o Palácio Pitti em Florença. E evidentemente era uma casa na periferia do mundo. Para nós, para a nossa pobre imaginação era isso, mas para a rica imaginação dele era outra

coisa. E essa foi, esse é o elemento que mais me encantava no Santiago e que me fez achar que valeria à pena tentar fazer um filme sobre ele. Alguém que consegue construir uma vida muito mais do que tolerável, uma vida que faz sentido, uma vida que tem propósito, uma vida que faz com que ele chegue ao final sem achar que a desperdiçou, entende? Apesar de todos os obstáculos. E em oposição a isso, pessoas que tiveram todos os recursos e todos os meios, não tiveram a mesma capacidade.

Pense no filme da minha mãe, quando eu te falo do minha intenção *No intenso agora*, vejo um filme que parte da minha vontade de compreender como alguém que pode ser feliz perdeu essa capacidade. Nesse sentido, é quase o contrário do *Santiago*, é quase o inverso, é o anti*Santiago*. Então, isso eu acho notável nele. Isso não está no filme, mas meu pai cruzou com Santiago, não no Brasil, mas nos Estados Unidos. Meu pai foi embaixador do Brasil em Washington. Foi duas vezes. A primeira vez no governo do Juscelino. E o *Santiago* trabalhava numa embaixada e eles se cruzaram, não sei bem aonde. E meu pai, então, ofereceu emprego para o Santiago, meu pai estava voltando para o Brasil e ofereceu emprego para o Santiago, perguntou se lhe interessaria vir para cá. O Santiago fez uma única pergunta, na verdade duas. Perguntou se na casa do Rio havia uma biblioteca, e meu pai disse que sim. E a segunda pergunta, se ele poderia usar a biblioteca. Meu pai disse sim. E respondidas essas duas perguntas ele fez as malas e veio para o Brasil. E eu me lembro, criança, muito bem, do Santiago na biblioteca, limpando os livros e retirando volumes e levando pra casa dele, tinha uma casa no jardim que hoje em dia virou um hospital. E lá ele lia e fazia suas listas a partir da biblioteca do meu pai. E a memória sonora da máquina de escrever dele, que

estava sempre sendo martelada depois de uma certa hora. Então, assim, é isso que eu acho fantástico no Santiago, e que de certa maneira tem alguma coisa a ver também com esse princípio que tanto interessava ao Coutinho, de que o que conta mesmo não é o fato, e sim a imaginação. Então, o que você faz da sua imaginação com o mundo real. A partir das suas memórias você torna a vida tolerável com a capacidade de inventar, de imaginar, de esquecer e de reconfigurar os materiais da experiência.

13. SGA—A fotografia dos seus filmes é muito nítida e até solar, mesmo em preto e branco. É uma marca de Walter Carvalho ou você assim o deseja, talvez por ter muita experiência na televisão?

JMS—Solar? Será que *Santiago* é solar? Talvez seja. Eu não sei, eu não tenho uma grande reflexão sobre isso. *No intenso agora* eu não filmei um único frame, são as imagens como elas foram feitas por dezenas e dezenas de cinegrafistas. Eu trabalhei única e exclusivamente com material de arquivo.

14. SGA—E as entrevistas? Você não estava lá, não?

JMS—Ah, não, *No intenso agora* não tem entrevistas.

15. SGA—Estou pensando em *Notícias de uma guerra particular* (1999).

JMS—Em *Notícias* tem entrevista sim e eu estava o tempo todo, do início ao fim. Eu acho que a fotografia de *Notícias* é uma fotografia quase de reportagem. Você filma nas condições que são

precisas. Creio que *Notícias* foi feita em película, porque naquela época a gente filmava muito em película. Apesar de já haver o vídeo. A pessoa que dessacralizou a película foi o Coutinho, nos autorizou a todos a usar o vídeo. Foi a primeira pessoa a fazer isso e dizer, olha, esqueça isso. Não que seja uma bobagem, mas enfim, esquecer o fetiche da película. Lembro que eu tinha muito disso. Apesar dos meus primeiros trabalhos serem com vídeo. As séries que eu fiz para televisão, *América, China. América* já tinha o Walter Carvalho. Mas havia o fetiche da película. Então, *Santiago* é feito em película. Eu acho que *Notícias de uma guerra particular* é feita na maior parte em película. *Nelson Freire* (2003) certamente é feita em película. E *No intenso agora* é feita em película, porque aí são imagens da década de 1960.

16. SGA—Mas você fazia vídeo para a televisão, certo?

JMS—Sim, mas tudo em película. Com exceção de um programa de televisão, se eu não me engano.

17. SGA—Se a luz é em geral isenta de muitas sombras, não há constâncias estilísticas nos movimentos de câmera que visualizam o espaço dos seus filmes. Eles são os mais diversos, a depender da peça, bem como o sistema de montagem também varia. Em *Santiago* dispõem-se múltiplas articulações de planos e poucos movimentos. Em *Nelson Freire* isso fica bem acentuado pela edição. Por certo, neste filme os planos são breves e correspondem às mudanças tonais ou de compasso das peças musicais. Curioso como em *Nelson Freire* há esse tremular ofegante dos movimentos das mãos e dedos do pianista, suas rotinas de ensaios, de *backstage*

etc. e, por incrível que pareça, esse método é mais próximo das normas sérias da reportagem de *Notícias de uma guerra particular*. Nesses dois filmes a câmera enrasta um corpo vivo em ação. Em *Santiago*, é um pouco mais contemplativa ou irônica mesmo, intelectualizada. Como pensa o conjunto da luz e da câmera?

JMS—Eu não tenho uma grande reflexão sobre isso. No caso, o que eu posso dizer sobre as posições de câmera em *Santiago* é que, na minha cabeça, a casa da Gávea, pelas razões que eu já te expliquei, era uma casa que tinha perdido a sua âncora. Ela não tinha mais propósito. E, portanto, ela estava à deriva. E que, nesse sentido, a maioria dos planos da casa deveria ser feito com a câmera em movimento. Já o *Santiago* estava inteiramente enraizado. Ele sabia onde ele estava. Ele sabia quem ele era. Ele sabia o que ele tinha feito. Então, ele não estava à deriva. E que, portanto, a câmera deveria ser uma câmera fixa e haveria esse contraste entre a câmera fixa do *Santiago* e a câmera sem âncora, se movimentando o tempo todo, na casa vazia. Vazia e praticamente abandonada. E que essa casa vazia, abandonada e sem propósito seria habitada por *Santiago*, pelas histórias que ele ia contar e pela imaginação dele, pelos personagens com os quais ele convivia. Boa parte deles, personagens que nunca pisaram naquela casa, porque eram personagens de outra época, de outro continente. Mas ele habitava a casa desses personagens todos. Isso não está explicitado, mas, na minha cabeça, esse era o protocolo. Câmera e movimento na casa, câmera fixa, quando ela olha para o *Santiago* e ouve o *Santiago*.

18. SGA—Foi filmado em película também, foi com 16mm ou 35mm? Super 16mm?

JMS–Super 16mm. A câmera maior. Ela pode filmar em 16mm ou em Super 16mm. A diferença é que no Super 16mm você aumenta a superfície da película, porque você tem aqueles furos que fazem a película correr de um lado só, não dos dois, entende? Esse é o Super 16mm. O 16mm convencional, você tem aquela fileira paralela dos orifícios por onde a engrenagem faz o filme andar para frente. No Super 16mm é um lado só, então você ganha superfície do outro lado. Foi filmado em Super 16mm. Era um suporte que não era revelado no Brasil. Então, o material filmado era mandado por Sedex para Nova York e revelado lá, aqui no Brasil não tinha nenhum laboratório capaz. Como eu te disse, isso aumentava muito a angústia, porque era um processo muito caro. E por que eu filmei o *Santiago* com esse material? Eu filmei porque na época o Collor acabou com todos os programas e leis de incentivo ao audiovisual. Acabou com o cinema. Nem o Bolsonaro foi tão devastador quanto o governo Collor, que atrofiou os mecanismos de incentivo ao cinema. Então, as produtoras foram para a publicidade, e essa foi uma época em que os futuros cineastas aprenderam o ofício fazendo publicidade. Meu irmão Walter é um caso. O Fernando Meirelles, por exemplo, que fez *Cidade de Deus* (2002), também. Essa geração aprendeu fazendo publicidade, o que dava para eles muito traquejo, porque, como os orçamentos eram muito generosos, você podia trazer equipamentos muito sofisticados de fora, usava as melhores câmeras, trazia profissionais estrangeiros importantes, revelava fora do Brasil, fazia manipulação de cor, os orçamentos permitiam que você fizesse isso. Há uma certa estética associada à publicidade que alguns desses cineastas vão levar para o cinema, quando, então, se torna possível fazer cinema no Brasil. E levam, às vezes,

essa estética com muito sucesso e muita competência. *Cidade de Deus* é um exemplo clássico disso. *Cidade de Deus* foi coproduzida pela *VideoFilmes*, produtora que tenho com o Walter. E é um filme, até hoje, muito importante e deixou Cannes de queixo caído pela competência com que o Fernando fez a película, pela maravilhosa forma como ele conta a história, o uso da câmera, a agilidade.

19. SGA—E a comunicação com o público foi gigante.

JMS—Foi gigante. E todo esse adestramento veio da publicidade. O Fernando, assim como o Waltinho, eram dois dos mais bem-sucedidos diretores de publicidade do Brasil.

20. SGA—Você não trabalhou com publicidade?

JMS—Eu trabalhei com publicidade, eu trabalhava mais com atores. Eu não trabalhava em coisas que eram essencialmente visuais, que era o que eles mais faziam. Eles realizavam muitos anúncios de cerveja. A *Brahma* gastava rios de dinheiro para fazer campanhas publicitárias com João Gilberto, com Tom Jobim. Não tinha limite de orçamento. Não tinha nenhuma concorrência. Não tinha rede social. Todo o dinheiro era canalizado para a televisão ou para o cinema. Publicidade em cinema, publicidade na televisão. Então, os orçamentos eram muito grandes. Eram orçamentos quase de longa-metragem, para fazer um corte de 30 segundos ou uma campanha. E eram peças muito bonitas de serem vistas, muito ágeis, com um corte a cada 20 frames. Você tem um corte, você tem um plano. E eles treinaram a mão fazendo isso. As pessoas me conheciam como um bom diretor de

ator. E a gente usava película. Propaganda para banco, cerveja e cigarro. Na época, se fazia muita coisa de cigarro, era película, 35 milímetros. Era o que havia de mais sofisticado, na fronteira dos equipamentos. Você podia usar tudo, o Waltinho tinha feito uma campanha, eu não me lembro mais para quê. Uma campanha grande, filmada em super 16 preto e branco. E comprou todas as latas. Usou quase todas, mas sobraram. Sobraram 10 ou 12 latas. E essas latas ficaram paradas ali. Porque pouca gente filmava em preto e branco. Poucas campanhas publicitárias pediam preto e branco. E essas latas ficaram lá. E foi daí que eu tive a ideia de pegar essas latas e durante 5 dias filmar o *Santiago*.

21. SGA- É uma história fantástica. E ela se repete em boa parte do mundo. É um período em que as pessoas treinaram muito com a publicidade. Agora, quando você começou a falar dessas sobras de latas de película, eu me lembrei do filme do seu irmão, que é um dos fundadores da Retomada do cinema brasileiro. Eu não sei se é um título, um gesto de propaganda mesmo, de marketing. O seu irmão, junto com a Carla Camurati e acho que o Lírio Ferreira, foram os três diretores que emplacaram bons filmes.

JMS-No caso do filme da Carla Camurati, *Carlota Joaquina* (1995), fez 2 milhões de espectadores, é extraordinário, porque ela roda ainda no governo Collor. Eu acho que foi o único filme do ano. Talvez nenhum outro filme tenha sido feito naquele ano. Eu não me lembro bem como ela financiou o *Carlota Joaquina*. Acho que as pessoas estavam ávidas por se ver na tela. E, subitamente, aparece um filme de qualidade, que é o *Carlota Joaquina*, e todo mundo correu para o cinema, porque o Collor acabou com a

atividade no Brasil. E o título Retomada, eu vejo como um carinho dado pela crítica, para exatamente nomear a volta do cinema brasileiro depois do precipício dos anos Collor. Porque aí vem o Itamar e o Fernando Henrique e é criada a Lei Rouanet. E aí o cinema volta a existir e esses são os primeiros filmes da Retomada. Então, o período Collor é um período curioso, acho que ninguém escreveu ainda sobre isso, mas é uma tese interessante imaginar que os cineastas que se tornariam proeminentes depois e não só no Brasil, mas também fora do Brasil, muitos deles aprenderam a filmar no cinema publicitário, porque era a única maneira de se fazer cinema, era a única maneira de se filmar, não de se fazer cinema porque não é cinema, mas de se filmar, de estar próximo dessa atividade. E foi a escola, e foi a escola de muita gente e parte dessa estética foi levada para o cinema e de certa maneira transformada em bom cinema, o que é interessante. E você tem razão, essa estética não é só brasileira, você vê em cineastas europeus, americanos e tal. O Ridley Scott, por exemplo, começou na publicidade também, foi muito bem sucedido na publicidade. A publicidade na década de 1980 é muito ambiciosa, com muito dinheiro, com bons clientes. O Ridley Scott fez o famoso anúncio do lançamento do computador da *Apple*, o computador pessoal da *Apple*, o *Macintosh*, que é um dos anúncios mais conhecidos, chama-se 1984, que é o ano em que o *Macintosh* foi lançado. E a partir dali, um sucesso avassalador, a partir dali ele vai fazer o primeiro filme de ficção dele. Então tem um pouco essa transição interessante entre a publicidade e o cinema, e isso é muito típico dessa virada dos anos 80 e dos anos 90 no Brasil, agravado pelo fato de que não havia nenhuma outra possibilidade de ficar atrás de uma câmera, se não na televisão ou na publicidade.

22. SGA–Você falou de *Carlota Joaquina*. Este é um filme narrado em inglês, por uma menina.

JMS–Eu não me lembrava disso.

23. SGA–É, por uma menina. E o filme do seu irmão, *O Terra Estrangeira* (1995) também é um filme de exílio, digamos. É sobre o período Collor, especificamente sobre o período Collor.

JMS–Não sei se ele menciona diretamente, eu não me lembro, mas é um filme sobre o êxodo dos brasileiros durante o período Collor. Poderia ter sido feito durante o governo Bolsonaro também.

24. SGA–É verdade...

JMS–Foi o mesmo fenômeno. O Brasil caiu no abismo, não dá mais para construir uma vida aqui, vamos embora...

25. SGA–Recentemente acho que foi a Laís Bodanzky, que fez um filme chamado *Travessia*, ah não, *A viagem de Pedro* (2021), um contraponto ao filme da Carla Camurati, também uma espécie de revisionismo histórico. E que, para o período, para essa distância, e tocando temas fulcrais para o Brasil, a independência, o império, eu acho que é bem relevante. É uma recorrência histórica que acontece. Mas a ideia desses filmes de exílio, os primeiros da Retomada, é bem marcante. O filme do Lírio Ferreira e do Paulo Caldas, *Baile perfumado* (1996), também é revisionista. O modo em que ele encara o sertão.

JMS—Eu me lembro de ver *Baile Perfumado* no cinema quando o filme foi lançado. Então, a gente está falando de 30 anos. Eu me lembro de ter ficado impactado, de ter gostado muito do filme.

26. SGA—É um filme fantástico, inclusive ele utiliza algumas sequências do Benjamin Abrahão e outras com forte inspiração nelas, lembra?

JMS—Foi alguma coisa realmente importante porque reata um pouco daquela imaginação que o Cinema Novo tentou habilitar. O Paulo Caldas e o Lírío Ferreira retomam de uma maneira esplêndida.

27. SGA—E o filme do seu irmão, o *Terra estrangeira*, um filme excelente, acho que não foi bem distribuído. Bom, eu o vi em Brasília anos depois, mas no restante do Brasil era mais difícil. O que você acha da distribuição no Brasil?

JMS—Era o primeiro filme dele, ninguém sabia direito quem ele era. Eu acho que deveria ter sido melhor distribuído. Eu acho que no Brasil quem quis ver conseguiu vê-lo, sabe? Mas fora do Brasil, menos. Eu acho que é um filme muito bonito. Eu tenho certeza que se o Waltinho tivesse feito *Terra Estrangeira* depois, próximo de *Central do Brasil* (1998), quando as pessoas de fato tomaram conhecimento dele fora do país, eu acho que muito mais gente teria visto *Terra Estrangeira* e eu acho que o filme teria tido maior reconhecimento do que ele tem hoje em dia fora do Brasil. Quando a gente fala do Waltinho fora do Brasil as pessoas dizem conhecerem bem *Central do Brasil* (1998), *Diários de motocicleta*

(2004), a fita rodada nos Estados Unidos, *On the road* (2012, *Na estrada*). Mas *Terra estrangeira* conhecem pouco, porque é o filme inicial. Não é o primeiro filme, mas é o primeiro filme que a gente conhece como dele. Antes ele fez *A Grande arte* (1991).³

28. SGA—Ah, ele também filmou *Linha de passe* (2008), certo? Com Daniela Thomas...

JMS—*Linha de Passe* já teve mais visibilidade porque foi para Cannes e a atriz, Sandra Corveloni, ganhou o prêmio de melhor atriz. Então o filme teve visibilidade, mas ele ainda estava entendendo um pouco desse meio e se inserindo nesse circuito internacional de festivais, de grandes festivais. Agora *Terra estrangeira*, eu concordo, acho um filme maravilhoso.

29. SGA—No momento em que eu vi, eu fiz a relação com o governo Collor, porém me deixei levar mesmo pelas imagens e evitei as histórias paralelas.

JMS—Mas ele me contou que principalmente escreveu o filme um pouco em resposta ao que estava acontecendo no Brasil naquele momento.

30. SGA—Voltando aos seus filmes. A questão da luz e dos movimentos me interessam por haver uma proximidade exótica entre *Notícias de uma guerra particular* e *Nelson Freire*...

³ Um adendo: esta entrevista foi realizada meses antes de Walter Salles ser contemplado com o Oscar de melhor filme estrangeiro, em março de 2025, por *Ainda estou aqui*.

JMS—Eu nunca tinha pensado nisso, o que tem de semelhante em *Notícias...* e em *Nelson Freire* é que, basicamente, a câmera está na mão. A câmera quase nunca está no tripé. No caso de *Notícias...*, por razões óbvias, você está atrás de uma coisa que é dinâmica, que é tensa e você não tem o luxo de poder fixar a câmera. Você sobe uma favela, você vai atrás de um traficante e certamente a câmera está no seu ombro. No caso do *Nelson Freire*, a decisão de fazer isso é porque os filmes de música clássica geralmente são muito conservadores na maneira como eles são filmados. Tem uma certa virtude. Eu achava que não havia por que fazer um filme sobre um pianista clássico sem poder filmá-lo como você filma um filme de rock, por exemplo. Uma câmera mais inquieta, na mão, podendo se mover com mais liberdade. Então, o partido foi esse. Isso foi dito explicitamente para o Toca Seabra e para o Flávio Zangrandi, que são as duas pessoas responsáveis pela imagem do *Nelson Freire*. Vamos fingir que é rock, entende? E se a câmera tiver que se mexer, ela se mexe porque a música é dinâmica, ela tem explosões, a gente não precisa estar na igreja, onde geralmente se filma a música clássica. O *Nelson Freire* em si, o filme em si, a montagem dele é muito peculiar. Eu faço o *Nelson Freire* por uma razão muito específica, claro que ele me interessava, mas ele me interessava também pela possibilidade de fazer um filme em que os argumentos não precisassem avançar de forma rígida. O filme não precisava obedecer à seta do tempo. O filme poderia ser mais líquido do que sólido. Ele está nessa ordem, mas ele podia estar em outra ordem. Eu poderia misturar as sequências e o filme continuaria ficando de pé, você continuaria entendendo quem é o Nelson Freire. Você não pode fazer isso com *Notícias de uma guerra particular*. Ele tem um argumento, que é um argumento da razão,

sendo articulado ao longo do filme. E como todo argumento que é articulado, você começa com as premissas, em seguida você vai para a tese, você apresenta o contrário da tese, e você vai até chegar a uma conclusão, uma síntese. Isso tem uma rigidez. Você não tem muita liberdade de manipular os materiais. Eu já vinha fazendo filmes assim há muito tempo, e eu queria experimentar uma coisa que fosse muito mais livre. E no caso do *Nelson Freire*, a decisão foi fazer um filme que não é biográfico, porque na hora em que você faz um filme biográfico, você está imediatamente se lançado na rigidez da cronologia. Nasceu aqui, primeira professora de piano acolá, veio para o Rio de Janeiro, foi para a Viena, estudou piano, ganhou o primeiro concurso não sei onde, gravou o primeiro disco, não sei onde. Então você está preso. Você está preso a uma história que é organizada pela linha do tempo. Não é isso que a gente vai fazer. Disse eu para o Nelson e para o pessoal que trabalhou comigo, vamos fazer pequenas células narrativas, pequenas histórias de um minuto, dois minutos, três minutos, e não importa a ordem em que elas aconteçam no filme. Claro que a gente vai ter que escolher uma ordem, porque o material tem que virar um filme. Mas no DVD do Nelson Freire, eu acho que é o único DVD no mundo que tem isso, eu não conheço outro. Tem uma tecla *shuffle*, a mesma tecla que você encontra em CDs ou DVDs, aquela tecla de misturar e de ordem aleatória. E você aperta a tecla *shuffle* no *Nelson Freire* e todas as sequências, salvo a primeira e a última, onde têm o título e os créditos do filme, ficariam na mesma posição. Todas as outras cerca de 30 sequências se embaralham. E são infinitos filmes, porque a permutação de 30 é um número imenso. E são tantos filmes possíveis quanto essa permutação permite. E o filme permanece o filme. Não dá

para fazer isso com *Entreatos*, não dá para fazer isso com *Notícias de uma guerra particular*, não dá para fazer isso com 100% dos documentários que me vêm à cabeça. No caso do *Nelson Freire*, isso é possível. A coisa mais interessante para mim do *Nelson Freire*, como objeto, o filme como objeto, é isso, é ter conseguido fazer um documentário que não é sólido. Ele é completamente fluido. Ele é uma coisa, mas inteiramente diferente. E o filme vai existir, entendeu? Ele não vai se tornar incompreensível. Essa é a estrutura do *Nelson Freire*, que me interessa muito. Eu não explorei mais isso. Eu fiz uma vez só. Isso abre portas. Eu não passei por essa porta, simplesmente a abri. Talvez agora com a questão da interatividade ostensiva das redes sociais, etc., do *streaming*, eu acho que isso se tornou banal. Talvez, no momento, tenha sido alguma coisa... O que se tornou banal é você assistir um pouco e pular para outra coisa, enfim, a sua atenção fica migrando.

31. SGA—A música e o som de seus filmes são orgânicos, isto é, *Nelson Freire* dispensa elaborações, porém o *sound track* de *Notícias de uma guerra particular* não é um complemento, agrega mesmo valor à qualidade de documentário afastando-se da mera reportagem. Essa dimensão sonora do audiovisual é muito relevante para você? No Brasil há bons artistas dessa área, engenharia de som, diretor de som etc.? Lembro-me de grandes críticas a esse setor nos anos 1970, inclusive do sistema de som das salas?

JMS—Eu não sou dessa época, então eu não senti. Quer dizer, é claro que eu estava vivo na década de 70, mas eu ainda não fazia filmes. Mas eu me lembro de reclamar da qualidade do som do cinema brasileiro, muito. As competências técnicas do cinema

brasileiro melhoraram muito. E eu me pergunto, na verdade, se isso não se deve de novo à publicidade. Porque na década de 1980, como eu te falei, a publicidade ganhou orçamentos grandes, competência técnica. Eu não sei se você se lembra disso, mas era uma das coisas que o Brasil fazia bem. Ia-se lá para aquele festival de publicidade de Cannes e os publicitários brasileiros voltavam premiadíssimos. E a gente tinha figuras como Nizan Guanaes, hoje em dia a gente fala de influenciadores. Naquela época eram esses os influenciadores, eram pessoas que tinham destaque na vida cultural brasileira, uma coisa muito peculiar do Brasil. Acho que isso não existia nos Estados Unidos, nem na Europa, nem talvez na Inglaterra. A Inglaterra sempre foi um país muito criativo. Mas o Brasil tinha uma publicidade que parecia ser muito boa, muito criativa e com muito dinheiro. E, como eu te falei, esse dinheiro tornava possível a importação de equipamentos muito melhores de os que existiam à disposição do cinema brasileiro, que sempre viveu com muito pouco dinheiro. E eu acho que toda uma geração de pessoas, de técnicos, assim como os diretores aprenderam a filmar com a publicidade, engenheiros de som, técnicos de som, aprenderam a profissão já tendo recursos suficientes para poder usar o que havia de melhor. E os que não eram bons eram eliminados, e tinha uma fila de gente para entrar, muito em função do dinheiro mesmo. O Godard dizia, quando falam em cultura, eu tiro logo o meu talão de cheque. Dinheiro é um elemento importante, principalmente em uma arte como o cinema, que não é barata. E eu acho que naquele momento essas coisas melhoraram muito. A gente sempre fala um pouquinho de roteiro, né? O roteiro do cinema brasileiro durante muito tempo foi um pouco capenga, não tem grandes roteiros e tal. Estou especulando aqui. Mas uma das coisas que não era necessário aprender nesse período de ouro da

publicidade brasileira era evidentemente o roteiro, porque a gente está falando de filmes de 30 segundos, em que, na verdade, não existe um roteiro, existe uma sucessão de imagens. Ou você tem um roteiro, é um roteiro de publicidade, uma coisa que é bastante específica para vender uma cerveja...não é arte, é comércio. Mas os roteiros eu acho que começam a melhorar.

Os grandes roteiros do cinema brasileiro, claro que você tem grandes filmes na década de 1970, mas os roteiros dos filmes argentinos, por exemplo, pareciam ter muita competência. E a gente ouve falar sempre que a matriz do cinema argentino é a literatura, enquanto a matriz do nosso cinema é a televisão ou é o documentário. Documentário antes, televisão um pouco depois. Não há uma origem em que a manipulação astuciosa de uma história seja importante. Se o seu cinema nasce da literatura, se o cinema nasce dessa matéria, que é essencialmente a organização de uma história sobre o mundo social, sobre as pessoas, sobre as relações, então a transição é mais fácil, você está mais adestrado, você tem mais elementos, você tem mais repertório para fazer essa transição. O cinema brasileiro eu acho que se atrasou um pouco em relação a isso, eu acho que a gente recuperou o tempo perdido, mas a parte técnica foi mais bem resolvida do que a parte narrativa, ou de roteirização das histórias.

34. SGA—Você nunca se aventurou nessa seara de filmes, de ficção de longas-metragem?

JMS—A gente volta ao que eu te falei antes. Essa pergunta que invariavelmente em algum momento alguém faz. Quando é que você vai fazer o seu primeiro filme de ficção?

35. SGA—Me ocorreu porque você falou de um roteiro...

JMS—Não, não, nunca. O que não significa que eu não vá me aventurar, mas acho que não, não é uma necessidade, não é uma coisa que me falta. Exatamente, não é uma coisa que me falta. Agora, você estava falando de trilha, você estava falando de trilha, leva em conta uma coisa que eu acho curiosa, talvez o único filme meu que não tem trilha sonora é o *Nelson Freire*, no sentido em que toda música que acontece é diegética. Ela está circunstanciada nas cenas. Ela não é necessariamente uma trilha sonora. Isso é curioso.

36. SGA—Ela pode se tornar uma trilha sonora?

JMS—Ela pode se tornar, mas eu acho que em nenhum momento ela se torna, porque toda vez que você ouve essa música está sendo produzida na própria cena. Ela não existe independentemente da cena. Ela não vem de fora. Ela acontece junto com aquilo que está sendo filmado naquele momento.

37. SGA — Voltando ao roteiro. Você, por exemplo, pensa num argumento, faz uma pesquisa e vai a campo filmar? Depois você faz uma espécie de roteiro ou um diagrama de moldagem?

JMS—Não, isso depende de um filme para outro, mas como eu sou um documentarista, essencialmente um documentarista, nos filmes mais de observação, como *Entreatos*, não há roteiro possível. A única coisa que você precisa é saber o quanto você vai filmar, quando você começa e quando você acaba. O resto é o seguinte, a tarefa é conseguir entrar, abrir a porta e colocar a câmera onde o

Lula estará, entendeu? Não tem nada além disso, que você possa determinar no papel antes de começar a filmagem. Você não sabe o que vai acontecer, você não tem como roteirizar isso. No caso do *Nelson Freire*, de novo, eu estou a reboque da agenda dele. Então, o que eu posso, o que eu sei é que eu quis fazer esse filme porque eu quis experimentar essa estrutura fluida. Então, eu sei que eu não estou preocupado com a idade dele, não estou preocupado em entrevistar as pessoas que conviveram com ele ao longo da juventude, nada disso me interessa. O que me interessa é estar perto dele e conseguir contar pequenas histórias, uma história que tem início, meio e fim no mesmo dia. Então, por exemplo, ele nervoso antes de entrar no palco, isso é uma pequena história. A tensão do pianista antes de sair do bastidor e entrar para tocar, isso é uma pequena história. Isso tem início, meio e fim. Não estou mais pensando nisso. Agora, que histórias são essas e quantas terão? Eu não faço a menor ideia. É no momento da filmagem que você intui. No caso de *No intenso agora*, aí é diferente, porque na verdade primeiro eu tenho o material e depois eu tenho o filme. Então, foi no ato de fazer o filme que o filme foi se esboçando. Eu tinha um tema, eu tinha uma preocupação, eu tinha uma coisa que me interessava, que é isso que eu falei para você. Me interessava saber por que as pessoas perderam a capacidade de ser felizes. Era só isso. E aí você começa a ver o material, e vê de novo, e vê de novo, e à medida em que você vai vendo o material vai se revelando. Coisas que você não enxerga da primeira vez, você enxerga da décima vez. E nesse caso específico, lendo muito sobre o período, principalmente relatos na primeira pessoa, de quem viveu. E aí, eu já disse isso algumas vezes, especificamente no caso de *No intenso agora*, o filme nasce do trabalho de fazer o

filme. É o fato de você entrar numa ilha de edição, com a Lais, com o Eduardo Escorel, e de perceber que aqui tem uma pequena sequência, aqui tem uma pequena história, aqui tem uma coisa que me interessa. Me interessa descrever como é lançar o paralelepípedo. Então, vamos fazer essa sequência. E a gente faz essa sequência. Se ela vai entrar no filme, eu não sei. E se ela entrar, eu não sei se ela vai entrar no início, no meio ou no fim. Mas é uma sequência, ela existe. Transforma ela numa fichinha, prega essa fichinha num painel, na ilha de edição, e vamos tentar fazer uma outra sequência. E aí, essas sequências vão sendo criadas, vão existindo, e subitamente, aos poucos, subitamente, aos poucos, aos poucos, não subitamente, mas num determinado dia, as conexões começam a acontecer. Primeiro vem o trabalho, e é um trabalho demorado, de ver, de rever, de pensar. E no trabalho, como todo trabalho físico, e o suor é o filme. O resultado do trabalho é o filme que você faz. Você não trabalha para fazer o filme, o filme não antecede o trabalho, o filme vem depois do trabalho. Você entra na ilha de edição sem saber direito o que você está fazendo. Não é sempre assim, mas *No intenso agora*, certamente foi assim. Em *Santiago*, de certa forma, foi assim também.

36. SGA—Você não só transita como artista e técnico por quase todos os elos da divisão do trabalho, da produção e pós-produção do audiovisual, como mantém uma instituição de muita relevância para as artes visuais no Brasil. No campo da fotografia, em verdade, creio que o IMS detém matéria nuclear da memória técnica de boa parte das imagens realizadas pelos grandes cientistas ou artistas que passaram por aqui a partir do XIX. Isso é certo? Agora, eu fico me perguntando, encerra-se aí uma grande

responsabilidade. No que tange ao aspecto material, antes tinham de conservar a fotografia de nitrato de prata. Agora a instituição deve ter se transformado. O método de registro e conservação são outros. Além disso, você tem um grupo de curadores, ou seja, cria uma perspectiva para essa captação da imagem do Brasil, como se vê o Brasil, o que pode ser um documento artístico ou um documento histórico hoje em dia.

JMS—Não sou eu, né? Quer dizer, é o Instituto Moreira Salles. O Instituto nasceu, foi iniciativa do meu pai, e ele nasceu pequeno e não tinha esse foco. Acho que seis ou sete anos depois dele ter sido criado, a gente soube que uma coleção muito importante de fotografias do Marc Ferrez vinha sendo cobiçada pelo Museu Getty, em Los Angeles, que tem uma grande coleção de fotografias. É uma das áreas de especialização do Museu Getty. E não havia nenhuma instituição no Brasil capaz de abrigar essa coleção. E aí houve uma conversa estratégica da qual participei com o meu pai, no sentido de dizer o seguinte, nós somos uma instituição cultural, a gente quer ter relevância. Algumas coleções muito importantes foram constituídas no Brasil, como a coleção de livros do Mindlin, por exemplo, a coleção de pinturas do Gilberto Chateaubriand. A gente tem algumas coleções de fotografias importantes, e jamais teremos uma pinacoteca tão importante quanto a do Gilberto Chateaubriand nem uma coleção de livros, uma biblioteca tão importante quanto a do Mindlin. Onde é que a gente pode ser relevante? Que papel a gente pode desempenhar que tem importância para o Brasil nesse momento? E ficou claro que a fotografia era uma dessas áreas, porque não havia nenhuma instituição dedicada a isso. A fotografia praticada no Brasil desde

o final do XIX é uma fotografia de altíssima qualidade e naquele então a segunda cidade mais fotografada do mundo era o Rio de Janeiro, a primeira Paris. Havia acervos não só do Gilberto Ferrez, neto do Marc Ferrez, que guardava heroicamente a coleção do avô em situação precária, na casa dele, apodrecendo, sofrendo enchente. Era uma pessoa de quase 90 anos e era inevitável que em algum momento ele dissesse, até para preservar a coleção, se não tem ninguém no Brasil, estenderia a coleção para o Museu Getty, porque guardariam em condições ideais. E a gente tomou essa decisão, o IMS tomou essa decisão de ter a fotografia como uma das suas áreas de concentração, o que significa construir uma reserva técnica, contratar um corpo de técnicos e de curadores que entendam do meio e que sejam especialistas na história da fotografia, nas questões técnicas de preservação, etc. E isso foi feito. E a gente comprou uma coleção muito importante do Pedro Correa do Lago, logo em seguida compramos a coleção do Gilberto Ferrez, que, essencialmente, a coleção são as fotografias do Marc Ferrez, e de lá para cá a gente vem comprando as coleções disponíveis para evitar que elas deixem o Brasil. E, hoje em dia, o IMS é, de fato, um centro de referência para a fotografia. A mesma coisa aconteceu com a música popular. A gente é, também, um centro de referência da música popular. A gente tem uma coleção muito, muito importante de fonogramas, de discos, até o início da era do rádio. Então, a primeira música gravada no Brasil do século XIX até meados da década de 50, ela está toda abrigada no IMS e disponível para quem quiser consultar, assim como a fotografia está disponível para quem quiser consultar. Então, não é que o IMS tenha nascido com a vocação da música ou com a vocação da fotografia. É que precisava de uma instituição para evitar que

essas coleções muito importantes se dispersassem ou até mesmo que deixassem o Brasil, o que seria muito ruim. Então, o IMS faz parte da nossa identidade. Isso é o que nós nos tornamos. A gente é essa instituição.

Referências bibliográficas

DI TELLA, Andrés (org.). **Una película es todo el cine**. Buenos Aires: La Crujía & Universidad Andrés Di Tella, 2025.

FREUD, Sigmund. **Totem e tabu**. Algumas concordâncias entre a vida psíquica dos homens primitivos e dos neuróticos. 1912-1913. Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Penguin/Companhia das Letras, 2013.

Psicologia e análise do eu. Trad. Renato Zwick. Rio de Janeiro: L&PM, 2023.

GUARINI, Carmen. Los límites del conocimiento: la entrevista fílmica. Revista Chilena de Antropología visual, nº 9, Junio de 2007. Disponível em: <https://www.antropologiavisual.cl/edicion/numero-9/articulos/los-limites-del-conocimiento-la-entrevista-filmica>. Acesso em: 26 de fevereiro de 2025.

MONDZAIN, Marie-José. **Confiscação das palavras, das imagens e do tempo** [por uma outra radicalidade]. Trad. Pedro Corgozinho. Belo Horizonte: Relicário, 2022.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **O contrato social**. Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: LP&M, 2019.

SALLES, João Moreira. Coutinho: una película que nadie más quiere ver excepto yo. In: DI TELLA, Andrés. (org.). **Una película es todo el cine**. Buenos Aires: La Crujía & Universidad Andrés Di Tella, 2025, p. 47-66.

Sobre os autores

Ana Kamila Silva Azevedo

É Mestre em Gestão da Informação e do Conhecimento pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2019). Possui graduação em Comunicação Social–Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Potiguar (2004) e em Comunicação Social–Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2004) e especialização em Jornalismo e Crítica Cultural pela Universidade Federal de Pernambuco (2007). É editora do site Cinéfila por Natureza. Tem experiência na área de Comunicação Social, com ênfase em Assessoria de Imprensa, Marketing, Relações Públicas, Cerimonial, Organização de Eventos, Gestão de Informações e Revisão de Textos. Atualmente, é Produtora Cultural na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), sendo responsável pela elaboração e colaboração no planejamento e divulgação dos eventos culturais, artísticos e administrativos, bem como de ensino, extensão e pesquisa. Atualmente é Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da UFRN, na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais.

Danilo Silva de Meireles

Doutorando e Mestre (2020) em Estudos da Mídia (UFRN) na linha de pesquisa de Práticas Sociais. Pesquisa atualmente temas relacionados ao corpo, corpos marginalizados, corpo em diáspora, epistemologias das encruzilhadas, cosmogonias e cosmologias de Exu, movimento cultural e de dança do passinho dos maloka de

Recife-PE, imagens contemporâneas, análise de discurso foucaultiana. No mestrado pesquisou discursos sobre o corpo e corpo feminino em produções midiáticas. Refletindo sobre discursos eróticos/pornográficos, da boa forma e de violências no jornal JÁ da Paraíba, um percurso a partir da Análise do Discurso de perspectiva foucaultiana. Integrante do VISU Laboratório de práticas e poéticas visuais, da UFRN, base do CNPq. Possui graduação em Comunicação Social–Publicidade e Propaganda pelo Instituto de Educação Superior da Paraíba–IESP (2015). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação e Marketing Político, trabalhou com assessoria política. (Exerceu coordenação de campanha eleitoral em 2016 e 2018 pelo Partido dos Trabalhadores de Marí-PB). Atuou como Editor de livros didáticos (Editora MVC) 2022-2023.

Davi José di Giacomo Koshiyama

Doutorado em curso em Estudos da Mídia pela UFRN. Mestrado em Design pela UFRN. Pós-Graduação em Produção de Documentários. Pós-Graduação em Gestão Pública, Especialização em Desenho Educacional. Graduação em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Fundação Armando Álvares Penteado FAAP/SP. Técnico em Processamento de Dados. Experiência na área de Comunicação, Direção de Arte, Design de Interação, Produção Audiovisual, Arquitetura da Informação, Ensino a Distância e Marketing Institucional. Criação de Sites (Brasil, EUA, Inglaterra). Autoração de Jogos, Projetos Gráficos, Campanhas Publicitárias, Materiais Didáticos, Vídeos e Animações, com publicações bibliográficas na área.

Dezwith Alves de Barros

Professor Nível V (SEEC/RN). Doutorando em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Mestre em Literatura Comparada (PPgEL/UFRN). Graduado em Letras Português e Inglês (UFRN). Graduando em História (SEDIS/UFRN). Integra Grupos de Pesquisa na UFRN e na UFPE voltados para decolonialidades, cultura midiática e análise de audiovisual. Interessa-se atualmente pelos estudos em mídias sonoras (podcasts e audiolivros), literaturas afrocentradas e afro-futuristas e epistemologias decolonias e contracoloniais. Como escritor, participou da coletânea “Raízes e histórias”.

Emanoel Flôres de Lima

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2016). Pós-graduado em Educação Profissional e Tecnológica, a nível de Especialização, pela Faculdade São Luiz (2018). Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (2011). Auxiliar em Administração no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte Campus Natal–Zona Norte. Experiência nas áreas de Administração e de Desenvolvimento de Software. Apreciador de Audiovisual.

Henry de Lima Vieira

Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direito. Realizo trabalho na área do Direito Administrativo, Direito Constitucional, Direito Eleitoral, Direito Processual Civil, Direito Civil e Direito Eleitoral.

Hélder Paulo Cordeiro da Nóbrega

Professor, pesquisador e artista do audiovisual. Doutorando em Estudos da Mídia (UFRN), com período sanduíche na Universidade da Beira Interior (UBI-Portugal), mestre em Artes Visuais (PPGAV UFPB/UFPE), especialista em Educação, Gênero e Diversidade (UFPB), bacharel em Cinema e Audiovisual (UFPB), aperfeiçoado em Fotografia Artística (IFPB). Integra grupos de pesquisa no Brasil (UFPB, UFRN, UFPE, UFPI) e, na Europa, é vinculado ao iA* Investigação em Artes. Sua produção autoral abrange teatro, cinema, performance, fotografia e outras expressões artísticas.

Lara Paiva de França

Formada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e Publicidade da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) com especialização em Marketing Digital (Estácio Fatern) e produção de documentário (UFRN). Atualmente trabalho com Marketing Digital com ênfase em Marketing de Conteúdo e estudo memes e filmes. Experiência em assessoria de imprensa, mídias digitais e jornalismo online. Atualmente faz Mestrado Profissional em Psicologia Organizacional e do Trabalho da Universidade Potiguar (UnP) e Estudo da Mídia (UFRN).

Lorena Aracelly Cabral de Oliveira

Doutoranda e Mestra pelo Programa em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professora Substituta no Curso de Rádio, TV e Internet na UERN. Integrante do grupo de Estudos de Mídia-Análises e Pesquisas em Cultura, Processamentos e Produtos Midiáticos (Gemini/UFRN).

Desenvolve pesquisas nas áreas de rádio, mídia sonora e plataforma, com foco em podcasts e narrativas transmídia.

Luciano Vagno da Silva

Mestrando em Estudos da Mídia, é jornalista pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É membro do Grupo de Estudos de Mídia-Análises e Pesquisa em Cultura e Processos e Produtos Midiáticos (Gemini). Interessa-se pelos estudos que envolvem comunicação e religião. Pesquisa a percepção da comunidade islâmica natalense sobre a midiatização do indivíduo muçulmano.

Marcelo Bolshaw Gomes

Investiga as relações entre a narratividade e a mídia como uma prática social, observando como as histórias formam os meios e como os meios formatam as narrativas. E, como produção de sentido, pesquisa também como descrever, analisar e interpretar narrativas gráficas e audiovisuais e como elas contribuem para definir quem somos e o que queremos ser. Possui graduação em Comunicação Social-Jornalismo pela Faculdade de Comunicação e Turismo Helio Alonso (1984), mestrado (1998) e doutorado (2006) em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Atualmente é professor titular da UFRN e coordenador do grupo de pesquisa GEMIMI-Grupo de Estudos de Mídia-Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos.

Maria Larissa Dennyfher de Moura Cabral

Mestre e doutoranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (Ppgem/UFRN), com pesquisa financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

(CAPES), e doutorado sanduíche na University of Toronto, financiando pela mesma instituição. Especialista em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais (Estácio) e formada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Integrante do Grupo de Pesquisa Economia Política do Audiovisual (Epa!), coordenado pela professora Janaíne Aires, e dos projetos de extensão “Observatório do audiovisual potiguar” e “Mídias na educação”. E do grupo Digital Labour, coordenado pelos professores Rafael Grohmann e Vera Khovanskaya. Pesquisa sobre comunicação e trabalho, plataforma e influência digital.

Pietra Silva Queiroz

Doutoranda em Estudos de Mídia pelo PPGEM/UFRN. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Educomunicação pela UFCG, é mestre em Comunicação pelo PPGCOM/UFPE. Atualmente, como doutoranda, atua em pesquisas sobre decolonialidades e colonialidades comunicacionais, e educomunicação como narrativa decolonial, com foco nos saberes ancestrais e nas mídias produzidas por povos indígenas do Brasil. É integrante e cofundadora do Nhemboe Katu, coletivo criado em parceria com jovens indígenas Potiguar da Baía da Traição/PB, onde oferecem oficinas sobre a cultura Potiguar local para jovens da região e fazem registros midiáticos das atividades para o Instagram, material que é utilizado como fonte de pesquisa em sua tese. É ativista da causa social pela garantia dos direitos indígenas dos povos originários do Brasil e desenvolve trabalhos acadêmicos com a intenção de fortalecer e concretizar os saberes ancestrais como também saberes científicos. Sua trajetória acadêmica foi pautada

por pesquisas na área dos saberes ancestrais: seu trabalho de conclusão de curso (TCC) abordou a educação escolar indígena de duas escolas da Baía da Traição, como instituições que fomentam práticas educomunicativas. Sua dissertação, com o objetivo de explorar o colonialismo algorítmico, investigou postagens de perfis de influenciadores digitais indígenas no Instagram. É integrante dos grupos de pesquisa VISU e PRAGMA, ambos do PPGEM/UFRN. Profissionalmente, também atua com comunicação digital e arte gráfica.

Priscila Nogueira Krüger Kramer

Assessora de Comunicação da Reitoria da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Doutoranda e Mestre em Estudos da Mídia pela UFRN. Especialista em Gestão da Comunicação Organizacional. Possui graduação em Comunicação Social–Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Também possui graduação em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Especialista em Direito Processual Civil pela Universidade potiguar com ênfase em Direito Público, notadamente Direito Processual Civil. Áreas de interesse: comunicação organizacional, comunicação pública, mídias, publicidade online, publicidade inteligente, inteligência artificial aplicada à publicidade.

Sebastião Guilherme Albano

Sebastião Guilherme Albano é professor da graduação e da pós-graduação em Comunicação Social e Estudos da Mídia na UFRN. Tem diversos livros acadêmicos publicados e escreve narrativa. “Ângulos de transição. Ensaio acerca do audiovisual

latino-americano e português” (Natal: EDUFRN, 2024) e os contos reunidos no “Playtime” (Rio de Janeiro: Sete Letras, 2025) são seus últimos volumes. Faz curadoria em cinema e artes visuais e se aventura como artista contemporâneo. Sua última instalação foi ANTICORPO no complexo da Rampa de Natal, RN.

Thalita Oliveira Gonçalves

Doutoranda em Estudos de Mídia–UFRN/PPGEM, com linha de pesquisa: práticas sociais; Mestre em Design–UFCG, com linha de pesquisa: comunicação, informação e cultura; Bacharelado em Comunicação Social / Educomunicação–UFCG. Associada ABPEducom (Associação Brasileira de pesquisadores e profissionais em Educomunicação). Licenciatura em Letras–UEPB.

Thâmara Roque dos Santos Sousa

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídias (PPgEM), pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Integrante do Grupo de Pesquisa (EPA!) Economia Política do Audiovisual. Graduada em Comunicação Social (Rádio e TV) e Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Especialização em Arte, Educação e Sociedade, pelo Centro Integrado de Tecnologia e Pesquisa (Cintep).

Tiago de Lima Eneas

Estudante de jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Foi monitor da disciplina Laboratório de Linguagem Jornalística (2023.1) e monitor da disciplina de Jornalismo Literário (2024.1). Foi bolsista de apoio técnico da Biblioteca Setorial do Instituto de Química, onde desempenhava funções

técnico-administrativas, bolsista da Agência de Comunicação (Agecom) da UFRN. Atualmente, é estagiário da Escola da Magistratura do Rio Grande do Norte (Esmarn); e bolsista do Centro de Ciências Exatas e da Terra (CCET) da UFRN, onde atua na assessoria de comunicação sendo responsável pelo desenvolvimento de matérias escritas e material fotográfico. É autor de resumos expandidos publicados e apresentou trabalhos em congressos e seminários acadêmicos nas áreas de Comunicação e Letras. Atualmente, integra os projetos de pesquisa “Autoficções e demais autofigurações no jornalismo, audiovisual e literatura”, orientado pelo prof. Dr. Sebastião Guilherme Albano. Membro do Grupo de Estudos de Mídia-Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos (Gemini).

Toni Lucas Bento Carneiro

Mestrando no Programa de Pós Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Comunicação Social-Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Integra o Grupo de Pesquisa VISU-Laboratório de Práticas e Poéticas Visuais. É autor do livro “O garoto que só queria ser amado”, do conto “Miguel Manuela” e participa da antologia “Fotojornalismo Potiguar”, e-book organizado pela professora Socorro Veloso, John William Lopes e Pedro Torres, em parceria com a Tribo/Máquina.

