UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

KARINA LEAL YAMAMOTO

As manifestações de junho de 2013 no Jornal
Nacional: uma pesquisa em torno da instância
da imagem ao vivo

São Paulo
2016

KARINA LEAL YAMAMOTO

As manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional: uma
pesquisa em torno da instância da imagem ao vivo

Dissertação apresentada à Escola de
Comunicações e Artes da Universidade de São
Paulo para obtenção do título de mestre em
Ciências da Comunicação

Área de Concentração: Estudos dos meios e da
produção mediática

Orientador: Prof. Dr. Eugênio Bucci

São Paulo 2016

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo da Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Yamamoto, Karina Leal

As manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional: uma pesquisa em torno da instância da imagem ao vivo / Karina Leal Yamamoto. -- São Paulo: K. L. Yamamoto, 2016.
136 p. + DVD.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Orientador: Eugênio Bucci
Bibliografia

1. imagem 2. visibilidade 3. manifestações de 2013 4. instância da imagem ao vivo 5. Jornal Nacional I. Bucci, Eugênio II. Título.

CDD 21.ed. - 302.23

Nome: YAMAMOTO, Karina Leal

Título: As manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional: uma pesquisa em torno da instância da imagem ao vivo

Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da
Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre
em Comunicação Social

Aprovada em: ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Aos meus pais, Hideo e Noêmia, e aos
meus filhos, Ana Carolina e João
Gabriel, pelo amor, hoje e sempre.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho envolveu mais que o esforço intelectual desta autora. Agradeço à rede de apoio e amor que se formou ao meu redor. Sem ela, eu não teria, definitivamente, chegado até aqui. Em primeiro lugar, é preciso agradecer ao meu querido professor Eugênio Bucci, exemplo de pesquisador e profissional, pelo acolhimento, pelo apoio e pela orientação para que eu pudesse alçar os meus próprios voos na aventura do conhecimento.

Sou grata à Escola de Comunicações e Artes por sua estrutura, seu corpo docente de excelência e seus dedicados funcionários que possibilitaram um ambiente agradável e propício ao desenvolvimento do pensamento crítico, tão necessário à sociedade.

Também preciso agradecer ao meu chefe no UOL, o jornalista Irineu Machado, por oferecer condições para o desenvolvimento dos meus estudos e pelas oportunidades de ser uma profissional cada vez melhor.

Graças à vida, há uma longa lista de amigos e companheiros de trabalho a quem dizer “arigatô”, uma das poucas palavras que sei em japonês. Aos companheiros de UOL Educação, Bruna Souza Cruz, Cristiane Capuchinho, Hugo Araújo, Lucas Rodrigues, Marcelle Souza e Suellen Smosinski pela compreensão e pela paciência durante esses dois anos e meio. Aos parceiros Danilo Sperandio e José Américo pelo apoio na finalização desta dissertação. Aos queridos amigos da pós-graduação, Eduardo Nunomura, Francisco Tuppy, Larissa Preuss, Laura Mattos, Ligia Preza Ramos, Renato Gonçalves e Silvia Dantas, pela interlocução, pela torcida e pelo carinho de sempre. Às ma-ra-vi-lho-sas Camila Takayanagi, Christina Wippich Whiteman, Luciana Aydar Natalin e Verena Chiappina Bonin, pelo amor, mesmo à distância. Aos meus vizinhos, Camila, Beatriz e Frederico Munhoz, pelas generosas doses de compreensão. Às mais que amadas amigas, às interlocutoras, Andreia Cristina Rosa da Silva, Fabiana da Cunha Pereira, Leandra Silva e Simone Bega Harnik, por estarem comigo no insight e no desespero. Ao meu irmão de sangue Rodrigo Leal Yamamoto e ao irmão “de alma” Leonardo Sakamoto, pela parceria. E, por último, mas não menos importante, meu agradecimento aos melhores filhos que alguém pode ter, Ana Carolina e João Gabriel Yamamoto Angelo, por existirem (todo o resto é a consequência natural disso).

RESUMO

A sequência de protestos em junho de 2013 sacudiu o cenário político brasileiro como um terremoto – foram manifestações que começavam e terminavam nas telas. Além de matéria-prima para imagens, as passeatas também como imagens sociais (dependem do olhar social) e itinerantes (para adquirir valor e significado), fundando uma nova visibilidade. Para apreender a dimensão desses eventos na instância da imagem ao vivo, foi analisada a edição especial do Jornal Nacional do dia 20 de junho daquele ano. Nos resultados, obtidos por meio da técnica da análise de conteúdo, é notório o adestramento do olhar que, insensível, olhou a multidão de uma perspectiva superior.

Palavras-chave: imagem, visibilidade, manifestações de 2013, instância da imagem ao vivo, Jornal Nacional

ABSTRACT

The series of protests in June 2013 has changed Brazilian political scenery in an abrupt way as an earthquake – the demonstrations began and ended on the television screens. More than base for images, the riots constitute social images (which depend on the social point of view) and are itinerant (to form value and meaning). To comprehend the dimension of these events in the context of instance of the live image, this work studies, by content analyses approach, the special edition of *Jornal Nacional* in the 20th June 2013. The results show that the point of view of the imagetic speech is cold, unsympathetic and arrogant towards the protesters.

Key words: image, visibility, brazilian protests, instance of the live image, *Jornal Nacional*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

1. SUA MAJESTADE, A IMAGEM	16
1.1 Transmissão em tempo real	16
1.2 Ponto de partida teórico	18
1.3 Imagem como superfície de contato	21
1.4 Imagem ao vivo	24
1.5 Imagem e espetáculo	27
1.6 Imagem, meio e mensagem	32
1.7 Da palavra à imagem	37
 2. PEÇAS E ENGRANAGENS DA VISIBILIDADE	 44
2.1 Público, privado e íntimo	45
2.2 O Outro que nos olha	48
2.3 Visibilidade e espetáculo	49
2.4 Visibilidade e Teoria Social da Mídia	54
2.5 Interação mediada <i>modificada</i>	58
2.6 Massa de mídias	60
2.7 Visualidade e letramento	63
 3. IMAGEM DA MULTIDÃO E A MULTIDÃO EM IMAGEM	 67
3.1 Por que um mar de gente foi às ruas	68
3.2 Breve histórico daquele mês de junho	71
3.3 Imagem da multidão	75
3.4 A gente se vê na Globo?	78
3.5 O bloco negro, ou os Black Blocs	82
3.6 Multidão <i>em</i> imagem	84
3.7 #vemprarua, mais uma imagem da multidão	88
 4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	 91
4.1. Tipo de estudo	92
4.2. Abordagem	93
4.3. Método de amostragem	93
4.4. Técnica de análise	94
 5. O QUE O JN “VIU”	 99
5.1 Categorias	100
5.2. Os tempos do Jornal Nacional	112
5.3. Temas do JN	117
 CONCLUSÃO	 126

Introdução

São Paulo, 17 de junho de 2013. Já era noite. Milhares de pessoas caminhavam no silêncio possível, que era interrompido vez ou outra por alguma estrofe de protesto. Vinham do Largo da Batata e passavam pela Avenida Faria Lima, quase altura da Avenida Juscelino Kubitschek, quando um refrão cedeu ao espanto. Em efeito dominó, um a um, os participantes começaram a apontar com as mãos e os celulares para um prédio ainda inacabado, cuja fachada era um espelho perfeito. “Ó!”, diziam – claramente uma contração de “olha!”. Impossível conter qualquer tipo de interjeição¹. Foto alguma, vídeo algum poderia reproduzir. Refletida como multidão, a passeata se (re)conhecia. Traduzida em imagem, que mostrava a força da correnteza de gente movida por uma diversidade de insatisfações. Se não acordou, o gigante se viu.

Naquela noite, a imagem da multidão tinha cerca de 65.000 pessoas que foram às ruas protestar contra o aumento da tarifa de ônibus, mas, principalmente, contra a truculência da polícia em outra manifestação, ocorrida fazia três dias. Antes desse 5º Grande Ato contra o Aumento, apenas o “Fora, Collor!”, que pedia o impeachment do presidente² em 1992, havia somado tantos manifestantes na capital paulista, 350.000. Houve quem chamou as manifestações de “Jornadas de Junho”³, comparando-as àquelas da França revolucionária de 1848. Revolucionário ou reformista, o conjunto de protestos – passeatas em sua maioria – mexeu com o país, inaugurando uma sequência de atos, cujo ápice foi o dia 20 de junho, quando mais de 1 milhão de pessoas foram às ruas. Um rio de pessoas percorreu São Paulo. A multidão inundou as ruas, criando no sistema viário outra circulação – ao mesmo tempo em que obstruía as artérias urbanas da insalubre capital paulista.

¹ A autora deste trabalho participou do 5º Grande Ato contra o Aumento, em 17 de junho de 2013.

² Fonte: Folha de S.Paulo: **Protesto em São Paulo é o maior desde manifestação contra Collor**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1296834-protesto-em-sao-paulo-e-o-maior-desde-manifestacao-contracollor.shtml>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

³ “A série de protestos que ocorreram em junho de 2013 foi denominada por alguns de ‘Jornadas de Junho’. Segundo o cientista político André Singer, em um artigo da revista Novos Estudos, pode haver uma discussão sobre o uso do termo ‘jornada’, uma vez que no caso brasileiro o conjunto das manifestações não provocou a mesma turbulência política que as jornadas ‘originais’. A expressão jornadas de junho se refere historicamente às manifestações na França, no contexto da Revolução de 1848. Para ele, talvez fosse melhor não relacionar o termo jornadas com as manifestações brasileiras.” SILVA, Andreia. **Manifestações de junho: qual é o saldo dos protestos um ano depois?** Conteúdo do UOL Educação, editado pela autora desta dissertação. Disponível em <<http://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/manifestacoes-de-junho-de-2013-qual-e-o-saldo-dos-protestos-um-ano-depois.htm>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

Os protestos de junho, que sacudiram o país, também aconteceram *como* imagem.

De celulares em punhos, com selfies e registros, os manifestantes foram um rio que transbordou também com relatos, denúncias, festejos, violência. Compartilharam, ressignificaram, fizeram campanha crítica, comoveram outros tantos que, como eles, estavam nos seus confortáveis sofás, atônitos como quem assiste à produção de um blockbuster de Hollywood enquanto ele se desenvolve. Como dizer que eles não *foram* às manifestações, que não participaram delas? Nas redes sociais, a hashtag #vemprarua proporcionou outra passeata, outro movimento, quase complementar ao que acontecia no asfalto. Essa (outra?) multidão *como* imagem obturou o desejo de participação, mesmo que pelo tempo de um piscar dos olhos – ela surfou na instância da imagem ao vivo (BUCCI, 2009, p. 71) apoiando-se no valor de gozo (BUCCI e VENÂNCIO, 2014, p. 144) das trocas no nível do imaginário. Os anônimos, atrás das telas e embrenhados nas redes sociais, fizeram essa correnteza correr para onde não se imaginava. Transbordou.

Queriam a revogação do aumento da tarifa de ônibus, que passaria de R\$ 3 a R\$ 3,20, um pedido pontual que sintetizava a discordância com as políticas de mobilidade urbana e, em última instância, o modo como a cidade se constituiu, privilegiando o transporte individual em vez de soluções coletivas, os acordos com os donos das frotas ao conforto dos trabalhadores usuários do serviço. Naquele 17 de junho, o ato do MPL (Movimento Passe Livre) também era de repúdio à ação violenta e desproporcional da Polícia Militar do Estado de São Paulo nos protestos do dia 13. E, depois, o caldo dos protestos entornou de forma a deixar vazar a indignação que estava muito, muito além dos 20 centavos. A correnteza mudou de humor, de cor e de propósito: de movimento contemporâneo e horizontal chegou a defender intervenção militar no país, de vermelho passou a verde e amarelo, de crítica ao sistema como existe se tornou pedido de afastamento da presidente eleita.

Enquanto isso, a família brasileira acompanhava o furacão pela televisão, pelo Jornal Nacional (JN). Afinal, na maioria das vezes, a multidão entupia o sistema viário das grandes cidades ao mesmo tempo em que o noticiário estava no ar. Mais que um produto noticioso de qualidade controlada, com seleção apurada das pautas e exímia edição, o JN organiza o espaço público brasileiro, o telespaço público (BUCCI, 2006, p. 1) nacional. Não é um programa dado a improvisações, como é praxe em telejornais mais popularescos, que

permitem alongadas transmissões em tempo real e opinião dos seus apresentadores. Durante as manifestações, o modo de fazer do JN ficou um pouco diferente.

Imagem e visibilidade

Aqueles cartazes escolares, feitos com cartolina e canetinha, foram deslizando pelas avenidas com dizeres cada vez mais distantes das propostas iniciais – distantes, mas não diferentes na essência de sua significação, a indignação com “tudo o que está aí” se manteve na tônica dos gritos nas ruas. E parecia que tudo era feito para agradar às lentes, às câmeras, aos celulares. Foi como nos movimentos que ocorriam na Europa (Occupy e 15M da Espanha), no Oriente Médio e norte da África (Primavera Árabe) – parecia o contágio de um vírus que passou de computador a computador, infestando, na sequência, as ruas.

As narrativas ultrapassaram fronteiras políticas e puderem ser vistas em todo o mundo, como a aglomeração da Praça Tahrir, no Egito em 2011. Elas foram transmitidas em tempo real, tanto por redes de TV como por cidadãos conectados com material tecnológico de baixo custo. Aconteceram na rede, formando, por alguns momentos, novas configurações de espaços públicos. O idioma falado não foi limitação: era possível identificar a repressão policial contra um manifestante desarmado ou a revolta que estilhaça os vidros de uma fachada de instituição que representa os donos do poder (econômico ou político) ou das marcas (de refrigerantes ou de rede de lanchonetes), assim como logo se via quem são os simpatizantes da legião Anonymous com suas máscaras de Guy Fawkes (herói da cultura hacker). São imagens que se reconhecem em qualquer tela. Os rios de gente se tornam o signo do descontentamento. As pautas não são as mesmas, mas os manifestantes se conectam pelas redes – Facebook, YouTube, Twitter –, que formam uma instância, um receptáculo com um volume tão grande de registros e informações que a mídia tradicional não consegue ignorar.

O indivíduo, que havia se perdido na massa, se reencontra na multidão em protesto, se reconhece e se identifica. E isso acontece em imagem. *Como* imagem⁴. É com o estudo dessa “outra experiência sensível” – ou sobre o domínio da representação do visível – que

⁴ “Se a multidão do século passado ligava-se à cidade pela atenção dos seus cinco sentidos, começando pela visão e culminando pelo contato físico, o habitante da metrópole global tem seus sentidos expandidos tecnologicamente, ou seja, vê tecnologicamente para ter condições de apreender uma cidade mais complexa, que exige outra experiência sensível e, sobretudo, visível.” (FERRARA, 2000, p. 93).

esta dissertação pretende contribuir. Em primeiro lugar, buscando na análise do material das manifestações de 2013 quais foram as imagens que circularam. Para alcançar esse objetivo empírico, é necessário um esforço teórico anterior, compreender que imagem é essa. Essa trajetória começa em busca do conceito de imagem em três contextos: a sociedade do espetáculo (DEBORD, 1992), o mundo acústico da era da eletricidade (McLUHAN, 1994) e a instância da imagem ao vivo (BUCCI, 2002). Há nas três perspectivas teóricas chaves comuns de entendimento do contexto comunicacional que vamos estudar: o papel central da imagem nas relações sociais, a hegemonia do consumo e a mudança do estatuto do tempo (que fica instantâneo) e do espaço (que passa a ser ubíquo). Essa imagem se mostra, pois, social (se não for olhada, não terá valor), itinerante (precisa circular para ser olhada) e instável (não se prende a um único significado), tendo a visibilidade como elemento fundante. Para compreender o contexto em que essa nova visibilidade (THOMPSON, 2014) surgiu, é preciso ponderar sobre a potencialização do espetáculo (DEBORD, 1992) nos meios (McLUHAN, 1994).

O sofá e o Jornal Nacional

Dentro da perspectiva teórica deste trabalho, vamos analisar o conteúdo do Jornal Nacional (JN) do dia 20 de junho de 2013. O JN foi o primeiro produto em rede da televisão brasileira. Foi ao ar pela primeira vez em 1º de setembro de 1969, nos chamados Anos de Chumbo de repressão por parte da ditadura civil-militar sob a qual estava o país. O próprio nome “Nacional” agia em nome da formação da identidade do país, um projeto caro aos militares que ocupavam os postos de poder – e atendia coincidentemente ao interesse de um importante patrocinador, o Banco Nacional. Em sua história, aparecem as conveniências para sua criação – o projeto de identidade nacional, a forte influência da publicidade e pretensão de hegemonia da emissora. A Rede Globo buscava ultrapassar a liderança da TV Tupi. Foi uma união oportuna. Até este 2016, o JN se mantém como referência no telejornalismo nacional. Para ter uma ideia da força do programa, apesar de a televisão aberta apresentar queda de audiência⁵, seu horário marcou o início de alguns protestos (panelaços), por

⁵ CURTO, SILVA, BARBOSA, MEDICI, LINDHBERG, SANTOS, SAVICKAS, PAVANELLO, MARTINS, ASSIS e POLLAKE, 2011. In: O que está acontecendo com a audiência da TV aberta? Um panorama sobre o que se publica sobre

exemplo, contra Dilma Rousseff⁶ em março de 2015, e contra Michel Temer⁷ em maio de 2016. Nem a gigante Globo saiu ilesa das manifestações de 2013 – a movimentação foi tão intensa e a pressão pública, tão forte contra as reportagens e o posicionamento da emissora, que ela chegou a se explicar no ar, fazendo defesa da própria imparcialidade. William Bonner, âncora do principal produto jornalístico da emissora (o Jornal Nacional), disse ao vivo que a emissora “dava voz”⁸ às reivindicações dos manifestantes.

Em busca das imagens que alçaram a retina da visibilidade, a técnica a ser utilizada será a análise de conteúdo categorial. Por meio da frequência (tempo) dos temas das reportagens, vamos buscando contornar de maneira mais nítida a instância da imagem ao vivo. Este é um estudo exploratório, qualitativo, com amostragem não probabilística. As escolhas, feitas em nome da sistematicidade e confiabilidade, seguiram a seguinte ordem: leitura flutuante e formulação das hipóteses e objetivos para a elaboração de um formulário de codificação. Após a definição do formulário, a pesquisadora passou, então, à classificação do material. Posteriormente, com a tabulação dos dados, foram realizadas as etapas de análise e de interpretação. A pergunta-chave da pesquisa é: **que imagens foram produzidas pelo JN nas manifestações de 2013?** A partir dessa indagação vamos buscar articular as buscas teóricas e empíricas e, como análise lateral, entender de que maneira o maior telejornal do país acompanhou a maior onda de protestos dos últimos tempos.

audiência de TV no Brasil. Trabalho apresentado no XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, INTERCOM Sudeste.

⁶FOLHA DE S. PAULO. **Dilma aparece no JN e provoca novo painelço**. Disponível em <<http://folha.com/no1603835>>. Acesso em: 17 jul. 2016.

⁷ AGÊNCIA ESTADO. **Rio de Janeiro tem painéis contra governo Temer**. Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2016/05/23/rio-de-janeiro-tem-panelacos-contr-governo-temer.htm>>. Acesso em: 17 jul. 2016.

⁸ Transcrição de trecho de diálogo entre Bonner e Patrícia Poeta, sua colega de bancada, feita pela autora deste trabalho: Bonner: Ainda há pouco você [Patrícia] fazia uma referência a essa cena lamentável de um carro de uma emissora de televisão sendo queimado, já tivemos como você bem lembrou um outro caso esta semana. O que é mais triste nisso é que o trabalho da imprensa é exatamente para dar voz às reivindicações de todos os manifestantes. Patrícia: O que a gente tem feito.

Bonner: O que a maioria absoluta dos manifestantes, inclusive, reconhece.

Capítulo 1: Sua majestade, a imagem

As manifestações de rua de 2013 aconteceram em imagem. *Como* imagem. Neste capítulo, vamos procurar compreender como se define essa imagem – ela é mais que o registro da fotografia ou da câmera de vídeo, mais que a ilustração criada a partir dos fatos, mais que o meme distribuído na rede social. Ela é um pouco de tudo isso – ou isso tudo ao mesmo tempo. É sua definição que tentaremos delimitar nos valendo de seu lugar na sociedade do espetáculo (DEBORD, 1992), na era da eletricidade (McLUHAN, 1994) e na instância da imagem ao vivo (BUCCI, 2002). Nossa reflexão busca os possíveis contornos conceituais dessa imagem que queremos enxergar. Este é um capítulo predominantemente teórico, um passo importante na jornada que pretendemos empreender nesta dissertação.

O ponto inicial desta investigação foi o conjunto de categorias apresentadas pelo pesquisador brasileiro Eugênio Bucci⁹ – sendo assim, a costura das ideias estará constantemente nos remetendo a esse local teórico de partida. No contexto comunicacional estudado neste texto, há preponderância da imagem sobre a palavra – fenômeno sobre o qual pretendemos refletir e cujos efeitos psíquicos, sociais e tecnológicos queremos discutir dentro da tríade de teóricos acima apresentada. Vale apontar que o conceito de imagem não está dado de maneira explícita em nenhuma das perspectivas teóricas que vamos utilizar e, sendo assim, esse é o primeiro (e ambicioso) esforço de reflexão desta dissertação.

1.1 Transmissão em tempo real

Antes mesmo de começar a jornada teórica a que nos propomos neste capítulo, é necessário apontar o que *não* seria essa imagem ao vivo de que mais adiante vamos tratar. À primeira vista, pode parecer que estamos interessados na transmissão de eventos em tempo real, como se faz em grandes acontecimentos de interesse jornalístico e como houve em diversas ocasiões durante junho de 2013. Começemos, pois, por esta definição de “ao vivo” mais ligada ao nosso cotidiano, pelas palavras do pesquisador brasileiro Arlindo Machado:

⁹ O primeiro trabalho em que as categorias são apresentadas de maneira sistemática é sua tese de doutoramento, “Televisão Objeto: a crítica e suas questões de método”, defendida nesta ECA-USP (Escola de Comunicações e Artes) em 2002.

A partir da televisão, o registro do espetáculo que se está ainda enunciando e a visualização/audição do resultado final podem se dar simultaneamente e é esse justamente o traço distintivo da *transmissão direta*: a recepção, por parte de espectadores situados em lugares muito distantes, de eventos que estão acontecendo nesse mesmo instante (na verdade, não é exatamente o mesmo instante, pois há um ligeiro atraso entre a captação, transmissão e recepção, devido ao percurso do sinal nos canais eletrônicos, mas essa diferença é mínima e pode ser ignorada em termos práticos). (MACHADO, 2000, p. 125, grifo do autor)

É quase frustrante fazê-lo dessa forma, uma vez que as expressões “imagens ao vivo” e “transmissão em tempo real” se tornaram desgastadas e nos remetem a um lugar bem comum na programação dos telejornais ou das coberturas jornalísticas de internet. Se a definição nos leva a um clichê, os desdobramentos trazidos por essa modalidade de material audiovisual nas diversas telas a que temos acesso podem nos levar a reflexões mais interessantes. De saída, podemos apontar três mudanças que essas transmissões diretas (MACHADO, 2000, p. 15) vão disparar: a fragmentação do significado, um efeito que se potencializa da fotografia¹⁰ (BERGER, 1974, p. 26); a mudança do processo cognitivo por meio da repetição instantânea¹¹ (McLUHAN, 2005, p. 340), que vai nos empurrar para uma outra ordem de compreensão, envolvendo o valor de gozo (BUCCI e VENÂNCIO, 2014, p. 144); e a possibilidade de apresentar um fato passado como se fosse presente¹² (THOMPSON, 2014, p. 12), o que nos arremessa à diluição do tempo e do espaço como os compreendemos até agora.

A “imagem ao vivo” de que pretende tratar este texto está mais ligada aos desdobramentos advindos das transmissões diretas, que também estão contempladas pelo conceito. Esse ao vivo que vamos buscar, dentro desta articulação teórica, está mais correlacionado ao lugar, ao território, à localização de outras categorias de imagem: as figuras

¹⁰ “En otro tempo la unicidade de todo cuadro formaba parte de la unicidad del lugar en que residía. A veces la pintura era transportable. Pero nunca se la podía ver en dos lugares al mismo tiempo. La cámara, al reproducir una pintura, destruye la unicidad de sua imagen. Y su significación se multiplica y se fragmenta en numerosas significaciones.” (BERGER, 1974, p. 26).

¹¹ “A repetição instantânea aguça a percepção do processo cognitivo. Ela torna obsoleto o representacional, o cronológico, porquanto não importa em que sequência os acontecimentos se deram. Ela resgata o significado. Pode-se ter o significado na repetição instantânea, sem a experiência do evento. E recai no reconhecimento do padrão corporativo, facilmente associado à tradição. A repetição instantânea é talvez o mais notável desenvolvimento de nossa época, e também um dos mais profundos e metafísicos.

A mídia eletrônica em geral amplifica a informação, o alcance e o raio de ação, inserindo a informação num ambiente de serviço graças à simultaneidade. A mídia eletrônica torna obsoletos o visual, o conectado, o lógico, o racional. Ela retoma o subliminar, o audível, o tátil, o diálogo, o envolvimento.” (McLUHAN, 2005, p. 340).

¹² “Já não precisamos estar presentes no mesmo ambiente espacial-temporal para ver o outro indivíduo ou presenciar a ação ou evento. O campo de visão foi estendido no espaço e possivelmente também no tempo: podemos presenciar eventos que estão ocorrendo em lugares distantes ‘ao vivo’, ou seja, enquanto estão acontecendo em tempo real; podemos também presenciar eventos distantes que ocorreram no passado e que podem ser reapresentados no presente.” (THOMPSON, 2014, p. 12).

e os cenários dos videogames, os ícones das logomarcas e da publicidade, os avatares que nos substituem nas redes sociais. No âmbito deste trabalho, há que se separar os termos: a imagem e seu lugar, a instância da imagem ao vivo.

1.2 Ponto de partida teórico

Para compreender o local teórico de onde partimos, é preciso que se apresentem duas categorias propostas por Bucci: a *instância da imagem ao vivo*, que funda o chamado teleespaço público (outro espaço público, que parte do conceito dos anos 1960 do filósofo e sociólogo alemão Jünger Habermas), e o *valor de gozo*, a partir da expressão criada por Lacan, e que advém de um deslocamento do valor de uso da mercadoria. As características do teleespaço público servem de terreno fértil para o avanço do valor de gozo, assim como este fortalece aquele – nesse contexto, a imagem circula, estruturando e impulsionando uma nova economia psíquica.

É no advento das transmissões em tempo real, no começo dos anos 1950, que localizamos o momento histórico do surgimento da instância da imagem ao vivo. Os eventos podem ser transmitidos ao mesmo tempo em que ocorrem a muitos quilômetros de distância e podem ser acompanhados no conforto do sofá de residências de uma vasta área geográfica. No entanto, a instância da imagem ao vivo não se refere estritamente a essa modalidade de transmissão.

Por “instância da imagem ao vivo” não se deve entender estritamente o advento das ditas transmissões ao vivo. Entende-se a condição imediata e permanente de estar ao vivo a qualquer instante: “a instância da imagem ao vivo” não é a imagem ao vivo, em si, mas o lugar social que lhe serve de sede, a partir do qual ela se irradia e para o qual ela converge. O on-line é, portanto, parte dessa instância, posto que a prolonga. (BUCCI, 2009, p. 71)

Ao vencer as barreiras do tempo e do espaço, ela altera também o ritmo e o alcance das informações. O nome dos medalhistas das Olimpíadas, dos próximos presidentes ou as estreias da indústria cinematográfica estarão ali, na instância da imagem ao vivo, de maneira mais veloz e aos olhos de mais e mais espectadores. Os conteúdos – do entretenimento, do mercado financeiro, do movimento social em busca de direitos – ganham potencial de viajar por todo o planeta numa velocidade inédita. Com a instância da imagem ao vivo, as relações comunicacionais alteram o estatuto do tempo, que passa a instantâneo, e do espaço, cujas

fronteiras se derretem, reduzindo as distâncias a virtualmente zero – traços que constituem a definição da chamada sociedade globalizada (IANNI, 1994, p. 156) nos anos 1990.

Além de mudanças de ordem cotidiana, como a maior quantidade de informações e novidades, há uma grave implicação na maneira como se forma o espaço público do nosso tempo em relação àquele descrito por Jürgen Habermas em seu clássico “Mudança estrutural da esfera pública”, de 1961. A esfera pública do nosso tempo é “fabricada, como audiência, pelos meios” substituindo aquela que era “refletida (crítica e dialeticamente) na imprensa” (BUCCI, 2009, p. 77) – o público vira massa, que vira audiência, deixando pelo caminho a crítica e a almejada racionalidade. Vamos nos deter um pouco nessa sequência de transformações: o público – que surge em oposição à vida privada com a invenção do Estado moderno (HABERMAS, 2003, p. 60) – transforma-se em massa e é tratado como um conjunto homogêneo de indivíduos a quem se dirigem os meios de comunicação. É o consumidor da indústria cultural (ADORNO e HORKHEIMER, 2007, p. 29), dos produtos que reduzem “elementos inconciliáveis da cultura, arte e divertimento” a um “falso denominador comum”. Com o avanço nas modalidades de comunicação, a padronização se diversifica e os indivíduos, que eram tratados como massa manipulada e passiva, se tornam audiência. Nessa trajetória, a racionalidade da esfera pública se esvai em favor do desejo. A imagem avança sobre o território da palavra.

A mudança, com o surgimento da instância da imagem ao vivo, é profunda: ela trouxe “um novo estatuto às formas de representação”, apoderando-se do “lugar de suporte de inscrição da verdade factual” (BUCCI, 2009, p. 66) anteriormente ocupado pela instância da palavra impressa, própria da imprensa escrita dos jornais diários e do Estado burguês. A instância da imagem ao vivo se torna um padrão de comunicabilidade primeiro pela televisão – e ganha potência com a internet e com a multiplicação das telas receptoras dos computadores e dos aparelhos móveis, como celulares, tablets e outros dispositivos.

E a palavra vai perdendo, cada vez mais, apelo diante da facilidade de compreensão da imagem. E o desejo, criado e estimulado pelo consumo, conquista mais terreno. É na instância da imagem ao vivo que o valor de gozo passa a se realizar, com o deslocamento da necessidade para a fantasia. Com a ideia de valor (conceito da teoria econômica) de gozo (conceito da teoria psicanalítica), estamos adentrando no território do desejo, do inconsciente. As consequências ficam cada vez mais imprevisíveis e incontroláveis.

O valor de gozo não atende a uma necessidade –, diferentemente do valor de uso em Marx, que corresponde a uma necessidade humana – mas a um desejo. Assim, a fantasia rouba a cena: é ela quem preside a precipitação do valor de troca. O desejo, não a necessidade, aciona o gatilho do consumo num mundo mediado por imagens – e a fabricação do valor de gozo, o valor capaz de conectar-se ao desejo vazio, obturando-o transitoriamente, combina trabalho e olhar, no plano da linguagem. (BUCCI e VENÂNCIO, 2014, p. 144)

Antes de nos debruçarmos sobre o conceito de imagem, vamos nos lançar num breve desvio por alguns conceitos da teoria psicanalítica e da Linguística. Partiremos da definição de linguagem e caminharemos pela definição de signo no contexto deste trabalho, seguindo rumo à imagem ao vivo, que é do campo da Comunicação. São bases necessárias para erguer nossas observações sobre o objeto teórico desta dissertação.

Começemos pela teoria psicanalítica, campo teórico que nos possibilita pensar a linguagem como lugar de existência do sujeito, como fronteira do real nunca alcançado: “O real é de outra ordem, ou melhor, *é* outra ordem. Não está no simbólico, nem no imaginário” (BUCCI, 2002, p. 219). Uma pergunta pertinente: que conceito de linguagem estamos usando?

A linguagem, industrializada e exponencialmente alargada – em primeiro lugar pelos meios eletrônicos, depois pelos meios de massa e, atualmente, pela instância da imagem ao vivo e das redes eletrônicas de comunicação –, não é apenas um expediente das práticas comunicativas (como se poderia depreender de Habermas), mas envolve a articulação entre as representações imaginárias e as relações sociais de produção de uma tal forma que, para falarmos de linguagem, à luz desse objeto [a televisão], não se pode perder de vista nem a estrutura [de signo] à qual nos conduz Saussure, na qual fala o inconsciente, e nem a matéria [dos signos] de que nos lembra Bakhtin. (BUCCI, 2002, p. 187)

Essa linguagem tem o signo como base material – e uma das chaves de entendimento para o aparecimento do valor de gozo está na formação de seus sentidos e significações. Dentro desse conjunto de categorias, o signo de Bucci alia características do signo como descrito por Saussure e também por Bakhtin, que, nessa perspectiva, não são antípodas, mas complementares. O signo como descrito por Bucci é composto pelos elementos estruturalistas de Saussure, significante e significado, ao mesmo tempo em que é material e está mergulhado no contexto social e histórico, condições apontadas por Bakhtin. Em “comum”, termo que deve ser usado com tantas quantas aspas forem permitidas, o signo como utilizado por Bucci traz instabilidade em seu significado – para o suíço Ferdinand de Saussure porque o significante pode deslizar para outro significado e para o russo Mikhail

Bakhtin porque o significado tem centralidade na disputa de classes (na atualidade, essa competição é de outra natureza).

1.3 Imagem como superfície de contato

Numa tentativa didática de explicação, o signo poderia ser comparado a uma moeda. Significante e significado seriam, respectivamente, cara (a efígie) e coroa (o valor) – e essa imagem cujo conceito estamos perseguindo estaria no lugar do significante. Como a moeda, o signo circula (de mão em mão ou de instituição em instituição) e ele tem sua cotação (seu significado) negociada e renegociada de tempos em tempos por meio de tensionamentos e relaxamentos da ideologia do indivíduo e da sociedade. Importante pontuar que ideologia, nos termos desta dissertação, não é anterior ao pensamento, à linguagem ou aos signos, assim como não se trata de um conjunto de ideias e valores em disputa de uma classe sobre outra. E, sim, ela se realiza por meio dos signos (BUCCI, 2002, p. 165).

A imagem – que, nesse primeiro momento, podemos localizar na figura, na foto, na representação, no fantasma – serve como nossa superfície de contato dos signos. É por meio dela que nós, os humanos, os indivíduos, os sujeitos, percebemos e interpretamos os valores circulantes nessa nova ordem de uma economia psíquica em que o valor de gozo se (im)põe. Nessa comparação – que compreendemos pobre diante da complexidade do fenômeno –, buscamos encontrar um lugar supostamente físico, uma localização mais exata da imagem nesse escopo teórico. Sendo a membrana, a fronteira entre o meio interno (do signo) e o meio externo (onde estamos nós, os indivíduos, a sociedade e o que chamamos vulgarmente de realidade), nosso contato com as significações, nossas relações de sentido precisarão contar com elas, as imagens. Esse contato, essa dependência, essa necessidade se tornam imprescindíveis mesmo para aqueles que foram alijados da visão. Por mais que pareça uma contradição do ponto de vista da lógica, pretendemos caminhar neste capítulo para elucidar essa afirmação.

E por ser como o sistema tegumentar no corpo humano, a imagem se torna – assim como a pele – uma espécie de fronteira que nos ajuda a pensar no signo como uma categoria que tem uma delimitação, um contorno, que está inserido em um meio de convivência com outros signos, podendo circular de maneira solitária ou entre empurrões com outros

elementos em significação. Esses arranjos de exterior e interior são instáveis e essas mesmas membranas vão envolver outros significados, vão vestir outros sentidos. Ela vai deslizar, como significante (como a roupa mais nova da coleção), de significado em significado tentando obturar o lugar do desejo, realizando seu valor de gozo. Poderá ser customizada, reinventada, mas sempre vai perseguir o frescor da novidade em busca de criar uma nova necessidade de consumo.

O que age para a constituição dessas unidades é o trabalho do olhar – em Bucci, o olhar na contemporaneidade é uma força de trabalho na fabricação, que se tornou industrial, de valor no imaginário (o valor de gozo, por excelência). A imagem de que estamos tratando no momento só existe se fabricada, esculpida e autorizada pelo olhar – e não qualquer olhar, mas o olhar social. Ela precisa ganhar reconhecimento social. Tentamos esclarecer: sua existência só se efetiva ao conseguir capturar o olhar (social e que lhe atribuirá valor). Pensemos em um quadro, que naturalmente nos remete à ideia de imagem no sentido amplo da palavra. O trabalho final do pintor seria apenas uma das etapas de sua fabricação como essa imagem a que nos referimos. Segundo Bucci, essa obra só “existirá” no momento em que for exposta. E olhada¹³.

Há um esvaziamento¹⁴ do significado em favor do significante, já que a imagem desliza até se fixar sobre um conteúdo, um valor, uma equivalência de sentido – adesão que não será definitiva, que logo perde sua propriedade e que a deixará livre até que se junte a outro significado também temporário. Nessa dinâmica, em que correntezas de imagens correm do nada a lugar algum, os significados, os sentidos são dados a partir de uma relação de consumo, prova da eficiência e eficácia do poder do capital. O mecanismo é perverso: o capital extrai do olhar social valor que será transferido às imagens colocadas em circulação como mercadorias – e estas, por sua vez, serão adquiridas pelos consumidores que as criaram sem intenção. Ou pagamento por esse trabalho¹⁵.

¹³ “A síntese final do significado das imagens, que pertence ao imaginário, vai se concluir apenas no instante em que o suposto consumidor olha para ela, autorizando o encadeamento de significantes visuais que ela se propõe a (re)combinar. Consumir imagens é consolidar seu significado. Na mesma medida, consumir imagens é também fabricar seu valor.” (BUCCI, 2010, p. 291).

¹⁴ Utilizamos aqui o conceito de teleespço público em que o espaço público habermasiano é atualizado após a invenção da instância da imagem ao vivo. Ele pode ser definido por cinco deslocamentos de tempo e espaço, a saber: 1) sua materialidade está na telepresença; 2) ele abandona o consenso em favor da ordem anárquica do conflito; 3) nele, há esvaziamento do significado em favor do significante; 4) este teleespço público não pressupõe sujeitos racionais e 5) não postula unidade, mas fragmentação. (BUCCI, 2006, p. 1).

¹⁵ “Nós produzimos imagens industrialmente enquanto, inocentemente, apenas olhamos. Fabricamos o valor das imagens enquanto as contemplamos. Para girar a engrenagem do imaginário, o olhar entra como trabalho. Como matéria-prima,

[...] no imaginário superindustrial, estabelecem-se relações de produção, uma vez que a cultura é industrializada. Os objetos se revestem da condição de mercadorias fetichizadas que procuram colar-se ao desejo do sujeito, e este trava com elas uma relação de consumo ao mesmo tempo em que ali se estabelece uma relação de significação, de reconhecimento e de pertencimento ao imaginário. É nesse sentido que consumir é pertencer. (BUCCI, 2002, p. 239)

E, assim, a mercadoria vai se confundindo com sua imagem (sua marca, sua embalagem, sua reputação), que lhe serve de rótulo ou cartão de visita para estimular sua circulação, sua aquisição. Mais que isso, a imagem passa a ser a própria mercadoria, tendo no objeto (o tênis, a bolsa, o celular) seu representante material. Há uma espécie de inversão de lógica – o que era útil (o calçado, o acessório para colocar seus pertences, o aparelho de comunicação) passa a ser periférico enquanto a imagem desses produtos ganha centralidade. Sintoma desse fenômeno é a importância que os grandes fabricantes de roupas e acessórios dão a seus escritórios de criação dos modelos, não se importando em entregar a mais de um fornecedor – de preferência em países cujas leis sejam mais favoráveis ao lucro – a confecção das peças.

E é por esse viés de entendimento, da imagem como mercadoria, da imagem mercadoria que vamos começando a tatear o ambiente externo para voltarmos àquela comparação de que a imagem serve de superfície de contato entre um meio interno, que seria o signo, e o externo. A realidade em que vivemos – usando a palavra realidade para denominar o mundo concreto e conhecido pelos sentidos, assim como a construção teórica sobre ele – é a sociedade do espetáculo (DEBORD, 1992), em que o capitalismo alcançou um altíssimo grau de concentração.

1.4 Imagem ao vivo

Tempo e espaço, aqui compreendidos como fontes de poder social (HARVEY, 1993, p. 187), são duas categorias que precisam ser acionadas para a compreensão da dita imagem

entram os significantes visuais, extraídos da natureza da cultura industrializada. Com os nossos olhos, como se fossem mãos e braços, fabricamos signos imagéticos, seu valor de uso e também seu valor de troca. tudo isso durante aquelas horas em que imaginávamos gastar com o lazer.” (BUCCI, 2010, p. 292).

ao vivo – a invenção que exige a instância da imagem ao vivo. No decorrer da história, surgiram tecnologias intelectuais (CARR, 2010) que ajudaram a reafirmar o controle tanto do primeiro, com o relógio, quando as jornadas passam a ter medida uma vez que a força de trabalho será comprada, quanto do segundo, com o surgimento dos mapas, que delimitam o espaço geográfico ao mesmo tempo que, representando-o, tornam-no uma categoria abstrata.

Num breve desvio, vale pontuar que o norte-americano Nicholas Carr levanta os percursos das tecnologias intelectuais (mapa, relógio, livro, internet) mostrando como elas têm interferido e influenciado o funcionamento do nosso cérebro – em especial, ele aponta a revolução trazida pelo livro, que nos permite, por meio da palavra escrita (portátil, com pontuação permitindo que seja lida sem ser recitada em voz alta), uma alta sofisticação na elaboração do pensamento e a posterior revolução da internet, que nos deixa mais superficiais conforme somos distraídos pela simultaneidade de estímulos. O argumento de Carr – ou melhor, sua preocupação – é que a humanidade esteja atrofiando sua capacidade para concentração e para reflexões mais complexas, por causa da internet, e algo semelhante tem sido dito nessa direção por outros teóricos quando apontam a crise do conteúdo. Ele não menciona a imagem como a nova emergência – a forma que estaria se sobrepondo ao sentido, mas os mecanismos do que ele chama de dispersão e do que chamamos de prevalência do significativo sobre o significado têm alguns pontos de encontro. Uma articulação que não nos cabe neste momento.

Tratada aqui como a possibilidade de transmissão de um fato acontecendo, a imagem ao vivo derruba simultaneamente a barreira do tempo e a do espaço. Ela sintetiza uma nova condição: a do espaço ubíquo – em que os limites geográficos têm seus contornos esmaecidos, por exemplo, com as invenções que nos permitiram vencer grandes distâncias físicas, como os aviões, e com o enfraquecimento das fronteiras do Estado nacional – e a do tempo instantâneo, cuja nova unidade de medida parece estar no intervalo de um piscar nas telas.

Nesse contexto, a circulação é um paradigma importante. É preciso colocar em movimento e, de preferência, de maneira ágil. A pressa do capital em circular determina o ritmo do trabalho e do lazer e até mesmo a urgência dos grupos e organizações que lutam por direitos muitas vezes expropriados justamente por essa dinâmica. Se no início do século XIX começam a surgir as lojas de departamento em que os consumidores desfilavam nas galerias

de vitrines, apontando a circulação como paradigma (ORTIZ apud BUCCI, 2006, p. 8), estamos em um tempo em que basta abrir os olhos para que as mercadorias se mostrem simultaneamente e em profusão, e não mais com alguma linearidade ou uma após a outra. A instância da imagem ao vivo se põe como um não lugar de Augé, local de passagem, marca do nosso tempo.

O não-lugar é próprio de uma época (medida de uma época) em que a imagem apressa a comunicação e a circulação, quebrando as limitações (trincheiras) idiomáticas. É próprio da comunicação elementar dos infográficos, dos sinais visuais para os passantes, que indicam objetos, direções de fluxos, orientam procedimentos, mas não fixam o sentido, assim como não fixam o sujeito. (BUCCI, 2006, p. 19)

A instância da imagem ao vivo, como o não lugar de Augé e sua tríade de excessos (no plano factual, espacial e de referências individuais), esbarra também no conceito de mídia¹⁶ do norte-americano Clay Shirky. Para ele, a mídia é o padrão pelo qual nos comunicamos, e do desenvolvimento tecnológico deriva uma abundância de produção de conteúdo – a nosso ver provocando as superabundâncias factual e de referências individuais elencadas por Augé. Por aproximação, a instância da imagem ao vivo poderia, ainda, coincidir com a definição de internet que o espanhol Manuel Castells elabora no começo dos anos 1990 – ela não se limitaria à rede de computadores, ela seria “o tecido das nossas vidas neste momento”. “É um meio de comunicação, de interação e de organização social” (CASTELLS, 2003, p. 255).

Já apontamos que a instância da imagem ao vivo não se restringe às transmissões “em tempo real”. É preciso reforçar como ela transforma nossa maneira de nos comunicarmos e de vivenciar a comunicação. Ela funda um novo lugar de comunicação.

O “ao vivo” é o índice de autoridade e de realidade – e a possibilidade da comunicação ao vivo altera também o padrão da comunicação como um todo. Uma imagem ao vivo em particular pode ser efêmera, breve ou duradoura, marcante ou irrelevante, mas o padrão da comunicação que institui a imagem ao vivo é perene: é o altar da verdade factual possível, o seu plano mais alto e mais irrecorrível de registro, o portal por onde a natureza ingressa na cultura, por onde o real se veste de imaginário, o livro de assinaturas em que dão entrada aqueles, aquelas e aqueles que irão adquirir existência simbólica. (BUCCI, 2008, p. 404)

¹⁶ “Mídia é o modo como você fica sabendo quando e onde vai ser a festa de aniversário do seu amigo. Mídia é o modo como você fica sabendo o que está acontecendo em Teerã, quem governa Tegucigalpa ou qual é o preço do chá na China. Mídia é o modo como você fica sabendo que nome sua amiga deu ao bebê. Mídia é como você descobre por que Kierkegaard discordou de Hegel. Mídia é como você fica sabendo onde é sua próxima reunião. Mídia é como você fica sabendo de tudo que fica a mais de dez metros de distância. Todas essas coisas costumavam ser divididas em mídia pública (como comunicação visual e imprensa feita por um pequeno grupo de profissionais) e mídia pessoal (como cartas e telefonemas, feitos por cidadãos comuns). Atualmente, essas duas formas estão fundidas.” (SHIRKY, 2011, p. 33).

Se a instância da imagem ao vivo é um lugar social e se confunde com o elemento nela situado, podemos afirmar que a imagem ao vivo é também um conceito social? Parece-nos que sim. Uma das dificuldades em tratar com essas categorias de Bucci, em nossa opinião, é estarmos tão absorvidos pela sociedade mediatizada (COULDRY, 2008) que a ruptura epistemológica na construção desse objeto exige atenção redobrada no uso dos termos apresentados.

No que se refere a sua constituição, o que seria essa imagem que pede lugar social à instância da imagem ao vivo ao mesmo tempo em que provoca seu surgimento? Ela seria uma foto, uma pintura, uma peça audiovisual? Poderia ser um arquivo apenas com voz? Poderia ser um desses arquivos que percorrem nossas telas nas redes sociais que trazem apenas palavras escritas? Ela estaria restrita apenas à transmissão de fatos e informações – tarefa primeira e primária do jornalismo? Poderia ser uma peça publicitária, desde que apareça em nosso monitor?

Podemos nos valer da compreensão de imagem como fenômeno complexo, trazida pelo pesquisador espanhol Josep M. Català, para compreender a imagem ao vivo – essa digital, em movimento e com transmissão simultânea – como o que chama de “visual”, que avança sobre o que se considera imagem, que “circula por entre diferentes plataformas e níveis de significado, todos eles inscritos na visualidade” (CATALÀ, 2011, p. 19). A implicação desse fenômeno está no movimento, que é adicionado à imagem da fotografia, já considerando as implicações de fragmentação e reprodutibilidade técnica embutidas no daguerreótipo: “[...] o movimento seria, entre tantas outras coisas, a expressão desse fluxo significativo que caracteriza toda imagem, mas que só nas que estão em movimento se torna explícito e se transforma em plataforma para novas expressões do significado” (CATALÀ, 2011, p. 20). No que se refere às imagens digitais¹⁷, acrescenta-se ao movimento a fluidez, marca da contemporaneidade, que inibe o corte e a edição, privilegiando a constituição de

¹⁷ “As imagens digitais são, portanto, fluidas – além de muitas outras coisas, é claro. Mas fluidez é o que primeiro se destaca da imagem contemporânea. O meio fluido por excelência são os videogames, nos quais a montagem propriamente dita desapareceu e foi substituída por telas-mundo que podem ser exploradas em todas as direções, abrindo caminho para novos acontecimentos no interior de cada uma delas. A televisão também tem fluidez quando funciona como televisão e não como cinema, ou seja, quando retransmite ao vivo sem sobrepor a fenomenologia propriamente cinematográfica, como acontece na maioria das vezes. No presente momento, as imagens mais paradigmáticas às quais o conceito de fluidez se refere são as relacionadas com a realidade virtual.” (CATALÀ, 2011, p. 91).

um ambiente imagético, caso das telas-mundo dos videogames (componentes de uma realidade autossuficiente).

Após essa introdução ao tema, queremos retomar nosso interesse em procurar compreender a imagem na sociedade do espetáculo e a influência que a tecnologia pode exercer sobre ela – duas articulações teóricas que vamos tentar empreender na companhia de Debord e de McLuhan.

1.5 Imagem e espetáculo

Definida pelo francês Guy Debord nos anos 1960, a “sociedade do espetáculo” ultrapassou as fronteiras da ciência – no caso, da Comunicação¹⁸, campo em que se tornou um marco paradigmático – e chegou aos (mais bem pagos) bancos escolares como argumento para as dissertações dos vestibulares¹⁹. O sucesso da divulgação de suas ideias talvez se deva ao fato de elas se apresentarem como explicações aparentemente simples para a sociedade em que vivemos. Talvez sejam simples numa primeira camada de entendimento, a mais superficial. Mas elas estão longe de serem simplistas ou de fácil acesso. Debord escreve “A sociedade do espetáculo” em 221 teses propondo a descrição e a saída (pela revolução, o que não se mostrou factível) para a situação em que o capitalismo nos encurralou.

O capital, segundo Debord, já havia dominado toda a vida humana, para muito além das relações econômicas, por meio do espetáculo. Este é uma estratégia de ilusão que captura o indivíduo (o consumidor) numa armadilha da qual nunca terá como escapar. As relações sociais foram de tal forma dominadas pelas relações de consumo – nascidas no modo de produção capitalista e incentivadas por ele – que se tornaram elas mesmas produtos: “O espetáculo é o momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social” (DEBORD, 1992, p. 30).

¹⁸ “Esse conceito tem sido espetacularmente citado ou estudado em produções acadêmicas que assinalam o campo científico da comunicação, mas Debord não é um teórico da comunicação porque esse não era seu objetivo (Rudiger, 2007, p. 160), embora o conceito constitua paradigma daquele campo científico.” FERRARA, Lucrécia D’Aléssio (2011). A comunicação como espetáculo dispositivo epistemológico. In: Signo y Pensamiento 58 · Eje Temático | pp 40-51 · v. XXX · enero - junio 2011, p. 43.

¹⁹ Como jornalista profissional e setorista de educação, a autora desta dissertação ouviu de um professor de cursinho, em entrevista, que o tema da Fuvest 2015, “a camarotização da sociedade”, tinha estreita relação com a sociedade do espetáculo de Debord em janeiro de 2015.

Dentro dessa perspectiva, Debord é enfático ao afirmar que o indivíduo deixa de viver de forma autêntica. A representação superou o que é vivido. Aliás, vivemos por meio da (e na) representação. “As imagens que se destacaram de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum, no qual a unidade dessa mesma vida já não pode ser restabelecida”, escreveu Guy Debord já em sua segunda tese. Os indivíduos sofrem esse verdadeiro massacre da vida legítima (da experiência significativa) de maneira passiva. A brasileira Maria Rita Khel nos ajuda a compreender o porquê dessa falta de reação.

Perdido de suas referências simbólicas, desgarrado da comunidade de seus semelhantes – que se reduziu a uma massa indiferenciada de pessoas perseguindo, uma a uma, seus “fins privados” –, o indivíduo, sob o capitalismo tardio, ficou à mercê das imagens que o representam para si mesmo. (KHEL, 2004, p. 48)

O “indivíduo” estaria na situação das “individualidades produzidas em série” (KHEL, 2004, p. 47) – situação criada pela indústria cultural. É a subjetividade que, produzida nessa escala industrial, está em jogo, uma vez que nossa constituição psíquica depende do olhar do Outro (para Khel, a televisão ocupa “o lugar imaginário do Outro nas sociedades onde ela impera”, KHEL, 2004, p. 46). Esse indivíduo que vira massa para os frankfurtianos tem ainda o embate com a face sedutora do espetáculo por meio da imagem. Fragilizado, ele *quer* pertencer ao espetáculo – o mecanismo que se instaura é o que a psicanalista chama “mais-alienação” (“modo de expropriação do simbólico equivalente ao que produz mais-valia”; KHEL, 2004, p. 49), característica da sociedade de consumo sob o império da publicidade e da televisão. “Desacostumado de sua subjetividade” pela sociedade do valor de gozo, o espectador fica à mercê da proposta de sentido oferecida pelo espetáculo por meio de imagens que ele consome a todo tempo. Imagens que fazem dele quem ele (acha que) é.

Para Khel, a sociedade do espetáculo é um desenvolvimento da indústria cultural de Adorno e Horkheimer dado, em grande medida, pelo advento das tecnologias de produção de imagem com predominância da televisão – “um extraordinário aperfeiçoamento técnico dos meios em se traduzir vida em imagem”. Em comum, os dois conceitos têm como centrais a produção industrial da imagem, o trabalho alienado e o fetiche da mercadoria.

Assim a alienação do trabalhador completa-se na sua transformação em consumidor. Ainda quando não consome as (outras) mercadorias propagandeadas pelos meios de comunicação, consome as imagens que a indústria produz para seu lazer. Consome, aqui, não quer dizer

apenas que o trabalhador contempla essas imagens, mas que se identifica com elas, espelho espetacular de sua vida empobrecida. (KHEL, 2004, p. 44)

A alienação é (quase) inevitável. Para a comunicóloga brasileira Lucrécia D’Alésio Ferrara, as teses de Debord têm um caráter “exorcista” – ela aponta que o espetáculo de Debord é mais que um diagnóstico, ele é seu método de análise. Assim, o autor estaria suprimindo a “necessidade de transformar um fenômeno, espetáculo, em um conceito científico para que sua linearidade consiga explicar e exaurir a complexidade do real” (FERRARA, 2011, p. 43). Diante da sociedade desencantada após a II Guerra Mundial, as perspectivas são desanimadoras:

Naquela relação imagem e espetáculo ocupam, respectivamente, os papéis de causa e efeito; mas são mediações ou comunicação, agenciadas como mercadoria e moldadas como fetiche, que impede a crítica social e transforma a mediação em simples instrumento de alienação. (FERRARA, 2011, p. 44)

Dentro desse contexto, Debord apresenta que a banalização (das ideias, das relações) é um caminho sem volta – a não ser que haja uma tomada de consciência crítica, algo que ele mesmo não julga possível. Sem ela, como garantir o consumo desmedido? Para os espectadores – quer dizer, os consumidores –, a banalização é apresentada e representada por vedetes, agentes espetaculares (tanto no sentido de serem ligados ao espetáculo quanto ao fato de serem impressionantemente eficazes).

A condição de vedete é a especialização do *vivido aparente*, o objeto de identificação com a vida aparente sem profundidade, que deve compensar o estilhaçamento das especializações produtivas de fato vividas. As vedetes existem para representar tipos variados de estilos de vida e de estilos de compreensão da sociedade, livres para agir *globalmente*. (DEBORD, 1992, p. 40, grifos do autor)

Essa é a grande artimanha do espetáculo – ele torna visível o que lhe interessa, tornando o que lhe interessa algo interessante. “O agente do espetáculo levado à cena é o oposto do indivíduo”, que não apenas lhe extrai a subjetividade, como apontou Khel, mas também lhe dá a falsa impressão de que pode consumir e decidir – as vedetes do consumo e da decisão (DEBORD, 1992, p. 41). Essas vedetes nos distraem, roubam nossa atenção e não conseguimos tirar os olhos do palco. Do espetáculo. Nos anos 1980, quando escreve um longo apêndice à obra original, Debord só reforça suas previsões feitas às vésperas do histórico Maio de 68. Ele não tem ouvidos para os que prenunciam a crise dos paradigmas – para ele, o espetáculo segue como explicação total e totalizante.

Como na sociedade do espetáculo a representação invade o cotidiano de todos, nem mesmo os donos dos meios de produção escapam de sua sedução – daí sua natureza totalitária. Uma das consequências é que a divisão de classes aparentemente deixa de existir – e o aparentemente é um termo importante no contexto, já que essa dita realidade só existe na aparência, por meio da representação, por meio da imagem. Mesmo quando surgem conflitos, eles são administrados de modo a que sirvam como reforço à configuração espetacular da sociedade. A dominação entre países, por exemplo, dar-se-á menos pela hegemonia econômica que por uma espécie de agendamento de ideias em que os mais fortes (os mais adaptados a esse *modus operandi*, mais eficientes e mais ricos) vão ditar o programa tanto da classe dirigente (com desejos e objetivos a serem realizados e alcançados) quanto dos revolucionários (a quem exporta modelos de subversão) dos países ou grupos mais frágeis.

Debord aponta ainda que esse modo de produção da sociedade leva a uma falsa escolha, terreno de oposições ilusórias, uma vez que não há opção no espetáculo – terreno fértil para que as imagens significantes deslizem de um significado a outro na formação dos signos. Vale, aqui, uma breve observação: estamos nos permitindo, a partir da leitura Debord, apontar que a sociedade, ela mesma, é fabricada seguindo as normas e as regras da confecção da mercadoria. Em sua tese 71, o francês afirma: “O que o espetáculo oferece como perpétuo é fundado na mudança, e deve mudar com sua base. O espetáculo é absolutamente dogmático e, ao mesmo tempo, não pode chegar a nenhum dogma sólido” (DEBORD, 1992, p. 47). Daí que seus movimentos e movimentações são pura aparência de mudança, mudam tudo de lugar para deixar tudo exatamente como está – como as novidades trazidas pela mercadoria, que se apresentam de tempos em tempos (em intervalos cada vez mais curtos), tornando o modelo anterior mais que obsoleto, tornando-o descartável.

Para compor o palco desse espetáculo, Debord afirma ser necessário usar o expediente da “desinformação”, modalidade da representação útil aos que desejam se manter no poder econômico ou político. Trata-se da manipulação da informação – mentir, omitir, distorcer. Mas o crítico francês não deixa explícito se esse jogo é proposital ou mais uma das consequências (inconscientes) do onipresente espetáculo (no inconsciente). Em seu estilo profético, como se quisesse se aproveitar do mistério espetacular, ele sentencia: “O espetáculo organiza com habilidade a ignorância do que acontece e, logo a seguir, o

esquecimento do que, apesar de tudo, conseguiu ser conhecido” (DEBORD, 1992, p. 177). É a artimanha da (in)visibilidade produzida pelo espetáculo: os indivíduos conseguem ver, enxergar, o que importa e interessa ao espetáculo.

O governo do espetáculo, que no presente momento detém todos os meios para falsificar o conjunto da produção tanto quanto da percepção, é senhor absoluto das lembranças, assim como é senhor incontrolado dos projetos que modelam o mais longínquo futuro. Ele reina sozinho por toda parte e *executa seus juízos sumários*. (DEBORD, 1992, p. 174, grifo do autor)

Os meios de comunicação, para Debord, têm importância na sociedade espetacular, mas não estão no centro da discussão, como poderíamos pensar sob a chave da mediatização – para ele, os críticos dos excessos midiáticos, além de “combatentes que chegaram atrasados ao campo de batalha”, acabaram por se dobrar aos caprichos do próprio espetáculo para tornar suas ideias conhecidas. Pierre Bordieu (1997) faz análise que se aproxima dessa ideia em seu ensaio “Sobre a televisão” – esta, um lugar privilegiado de representação do espetáculo – ao criticar os sempre mesmos especialistas para o que ele chama de pseudodiscussão dos temas da sociedade.

Há uma limitação que apresenta: é o fato de o indivíduo delegar a outrem, ao espetáculo, o que ele verá: “(...) a imagem construída e escolhida por outra pessoa se tornou a principal ligação do indivíduo com o mundo que, antes, ele olhava por si mesmo, de cada lugar que pudesse ir” (DEBORD, 1992, p. 188). Essa imagem, janela para o mundo, em muito se assemelha à comparação usualmente feita à televisão – apesar de Debord não citar um meio de comunicação em especial ou mesmo dizer como essa “imagem construída e escolhida por outra pessoa” chega até os indivíduos.

Nessa inversão – quando a dita realidade deixa de existir para dar passagem às falsificações –, há um jogo de espelhos em que parece impossível dissociar reflexo e realidade. *Modus operandi* que atinge até mesmo o que poderia haver de mais objetivo, como se constitui o valor da mercadoria: “(...) ninguém sabe qual é o verdadeiro custo de qualquer coisa produzida: a parte mais importante do custo real *nunca é calculada, e o resto é mantido em segredo*” (DEBORD, 1992, p. 211, grifo do autor). É nessa brecha que se constitui o valor de gozo.

As imagens são protagonistas de tal processo, da separação que o estado da sociedade tornou inevitável, separação entre o que existe e o que é representação. Por ter a capacidade

de atingir o centro do desejo, ultrapassando a barreira da racionalidade, por falar prescindindo das palavras, a imagem poderia até mesmo pleitear o lugar da representação de Debord, na nossa visão – ela estaria acima de tentar uma figuração do objeto, situação ou pessoa por meio de uma ilustração, foto ou aparição em vídeo. A imagem *é* o cachimbo, o protesto de rua em 2013, o jogador Ronaldo que desmaia na Copa de 1998.

Nosso questionamento tenta, agora, se aproximar dessa imagem, de sua compleição, de sua fisionomia. Que a imagem de Debord é uma construção social nos parece um ponto acertado até o momento deste texto – assim como ela o é para Bucci na primeira parte deste capítulo. E se chegarmos mais perto, o que veremos?

Debord não faz uma referência estrita à “visão” sensível, mas antes a um “modo de produção”, do qual o espetáculo seria não um “suplemento”, uma “decoração acrescentada” – ou, se quisermos, uma “superestrutura” –, mas “a afirmação onipresente da escolha já feita na produção e sua consumação corolária”. (AQUINO, 2006, p. 70)

O texto parece apontar que a imagem constituir-se-á dos elementos que lhe forem mais convenientes. A imagem de Debord não tem definição explícita de suas características físicas, como peso e altura, para nos determos em medidas humanas de comparação – ela pode significar status social ou outros valores que não se pegam com as mãos. Poderíamos, então, estar diante de imagens que são apenas arquivos de áudio, reproduções de palavras em slogans ou construções textuais que juntem figuras e letras? Parece-nos que sim, mas, por enquanto, fiquemos por aqui – tanto na teoria de Debord quanto nas indagações desta autora.

1.6 Imagem, meio e mensagem

Marshall McLuhan ficou conhecido por seu postulado “o meio é a mensagem”. Anos mais tarde, ele faz um trocadilho sobre si mesmo, dizendo que o “o meio é a massagem”, uma vez “que ele realmente trabalha sobre nós, realmente se apodera da população e a massageia de maneira selvagem” (McLUHAN, 2005, p. 131). Seu conceito de meio, após anos de ostracismo teórico, voltou a ajudar na compreensão do cenário comunicacional pós-globalização e da internet nos anos 1990. McLuhan parece ter enxergado as consequências do surgimento dos meios eletrônicos com anos em avanço. Era um crítico literário sensível

e atento – por exemplo, aos trocadilhos, piadas e chistes, pontos de atenção, que, segundo ele, sinalizavam mudanças sutis enquanto elas ocorriam.

Para compreender a imagem na perspectiva de McLuhan, precisamos começar por sua definição de meio no mundo acústico da era da eletricidade. Para o teórico funcionalista, meio é um processo que “formata e controla a escala e a forma da associação e de ação humanas” (McLUHAN, 1994, p. 9). Se alguma invenção mudar a convivência social ou causar modificações na maneira como os indivíduos agem, estamos diante de um novo meio – sejam as roupas, a fotografia, o dinheiro. Ou mesmo a televisão e o rádio – meios de comunicação por excelência. Os meios, afirma o canadense, são uma extensão do homem (algo que amplifica uma das nossas capacidades sensoriais), como a fotografia que estende nossa visão ou o rádio que potencializa nossa audição. Deixemos que o próprio McLuhan explique suas ideias no trecho a seguir, parte de uma conferência que ele proferiu em 1974:

Uma das grandes mudanças que estão ocorrendo em nosso tempo é a passagem do olho para o ouvido. A maioria de nós, tendo crescido no mundo visual, vê-se agora subitamente confrontada com a necessidade de viver em um mundo acústico, que é um mundo de informações simultâneas. O mundo visual tem propriedades muito peculiares, que são muito diferentes das do mundo acústico. O mundo visual, que pertence ao velho século XIX, e que durou bastante tempo – digamos, desde o século XVI –, tem a propriedade de ser contínuo, conectado e homogêneo, enquanto suas partes são mais ou menos semelhantes e estáticas. As coisas permanecem. Se você tem um ponto de vista, isso permanece. O mundo acústico, que é o mundo eletrônico da simultaneidade, não tem continuidade, nem homogeneidade, nem conexões, nem estase. Tudo muda e é uma mudança muito grande. (McLUHAN, 2005, p. 268)

Os meios como extensão do homem trazem mudanças nas relações entre os indivíduos e também afetam sua percepção sobre si mesmos. Segundo McLuhan, o sentido, a sensibilidade ou a habilidade que sejam potencializados por um meio serão atrofiados no usuário. Por exemplo, ao usar o computador, o indivíduo estaria ampliando seu sistema nervoso com a possibilidade de busca e armazenamento quase infinitos proporcionada pela máquina – enquanto isso, sua memória se atrofia. Ele compara ao efeito de uma amputação: se um homem tem seu braço amputado, ele terá que desenvolver outra habilidade para superar essa falta. A diferença básica é que o usuário do computador não está se desfazendo nem foi alijado de sua memória (ou não deveria sê-lo). Esse indivíduo desenvolve uma dormência nesse lugar, o sistema nervoso, que se deixou modificar pelos meios de comunicação – provocando um estado anestésico como a banalização a que o homem na sociedade do espetáculo está imerso.

McLuhan se vale do mito de Narciso – aquele personagem que se jogou em direção a sua própria imagem refletida em um lago – para insinuar uma cautela necessária no uso (e abuso) dos meios. No caso de Narciso, seu reflexo é uma extensão que deixa sua visão menos apurada e, talvez por isso, ele tenha se enganado a ponto de julgar que a imagem no lago fosse outra pessoa. O mesmo parece valer para a tecnologia dos meios: é bom que se tenha prudência para não terminar afogado pela falta de percepção do que é realidade (Narciso, ele mesmo) e do que é imagem dessa realidade (o meio, o reflexo na água). No subtítulo do capítulo em que trata do assunto – Narciso como Narcose (O amante dos dispositivos, Narciso como Narcose) –, o teórico faz outra observação (ou seria uma provocação?). A de que os meios agiriam como drogas, provocando um misto de embriaguez e prazer, mas ao custo da adicção. No caso, relações viciadas, servo-mecanicistas, em que a humanidade se encontra em desvantagem. Os homens, segundo ele, se tornam “os órgãos sexuais” das máquinas, permitindo que elas continuem se reproduzindo – em uma caminhada que não tem destino final nem nunca termina. Cada vez mais entorpecidos, delegando às máquinas sua visão (com a fotografia e o cinema), sua audição (com o rádio), sua memória (com o Google), suas escolhas (quando se coloca à mercê dos algoritmos no Facebook) – é um indivíduo entregue, como o indivíduo da sociedade do espetáculo de Debord.

Ao aproximar termos e conceitos, nossa tentativa é a de justificar a articulação entre um autor filiado à Escola de Toronto e outro filiado à teoria crítica. McLuhan não utiliza as categorias de Marx nem faz críticas ao *modus operandi* da sociedade capitalista. No entanto, ele está diante do mesmo fenômeno de Debord – uma sociedade com tal acúmulo do meio de produção que nossos sentidos serão capturados (para um pela representação; para o outro pelo ambiente que ele chama de acústico) pela imagem. McLuhan parece afirmar o mesmo de outra maneira: ele entende a era da eletricidade como tempos de sufocamento da racionalidade – os indivíduos estão tomados pelo torpor causado pelo uso das tecnologias –, de preponderância da forma sobre o conteúdo, já que os meios são as mensagens, em um contexto de massificação e alto consumo por obra e ação da publicidade.

Para McLuhan, a imagem possui papel central²⁰ na sociedade que se forma quando os meios de comunicação se tornam extensões do homem. O vocábulo em si é usado em sua

²⁰ “Ao apontar a ausência e a característica autorreferencial dos meios eletrônicos assim como a supremacia das logomarcas corporativas ou sua reputação, McLuhan descreve um mundo em que as pessoas passam a maior parte de suas

obra mais famosa, “Os meios de comunicação como extensões do homem”, como a figura, a fotografia, o que aparece em um vídeo ou em um filme no cinema (todos exemplos de mensagens que são meios) – no entanto, ele também entende a imagem como uma construção social, na nossa interpretação, mesmo que não use essa expressão. Podemos nos explicar (ou tentar nos explicar): os meios de McLuhan são agentes construtores sociais e construções sociais eles mesmos. Se eles modificam o laço social – McLuhan não utiliza essa expressão exatamente, mas “escala e forma da associação e ação humanas” –, o produto gerado pelo meios, que são as mensagens (outros meios e não conteúdos), também é social, uma vez que, em primeiro lugar, o meio é a mensagem, e, em segundo lugar, porque todos os meios só o são caso interfiram nas relações sociais.

Voltemos à imagem, essa que estamos perseguindo, na perspectiva de McLuhan: ela está mais bem definida na relação com a publicidade, chamada de ícone pelo autor. É complexa²¹, circula, necessita da participação do consumidor²² e faz os produtos parecerem “pálidos, fracos e anêmicos” (McLUHAN, 1994, p. 227) – o que faz da imagem da mercadoria mais importante que a própria mercadoria. A finalidade da publicidade em McLuhan se aproxima do espetáculo para Debord:

Many people have expressed uneasiness about advertising enterprise of our time. To put the matter abruptly, the advertising industry is a crude attempt to extend the principles of automation to every aspect of society. Ideally, advertising aims at the goal of a programmed harmony among all humans impulses and aspirations and endeavors. Using handicraft methods, it stretches out toward the ultimate electronic goal of a collective consciousness. When all production and all consumption are brought into a pre-established harmony with all desire and all effort, then advertising will have liquidated itself by its own success. (McLUHAN, 1994, p. 227)

A sociedade de consumo, em Debord, explicita a preponderância da representação sobre a experiência. No caso de McLuhan, a representação parece ser inerente a esse novo padrão acústico – um novo meio cujas mensagens são novos meios, como a fotografia, o telégrafo, o carro – que nos traz outros tipos de representações que se aproximam da representação de Debord. Dentro dos limites deste texto, não cabe discutir a nomenclatura de

vidas em espaços delimitados e mediados, governadas por imagens. Como lhe é próprio, ele expressa suas ideias principais num raciocínio lateral, enquanto parece falar de qualquer outra coisa.” (LAPHAM, 1994, xv).

²¹ “Com altíssimos orçamentos, os artistas comerciais têm tornado propagandas em ícones, e ícones não são fragmentos especializados ou aspectos, mas algumas de complexa tipificação que unificam e comprimem outras imagens.” (McLUHAN, 1994, p. 226). Tradução livre de “With very large budgets the commercial artists have tended to develop the ad into an icon, and icons are not specialist fragments or aspects, but unified and compressed images of complex kind”.

²² “A imagem corporativa inclui o consumidor na produção”, afirma McLuhan. Da mesma maneira que Bucci evoca o olhar social para criar valor da e na imagem.

um ou de outro, buscando mais pertinência neste ou naquele autor, principalmente no que se refere à tão calejada palavra “experiência”. Vamos nos deter em alguns indícios no texto de McLuhan de que ele descreveu, se não o mesmo fenômeno, outro bastante semelhante ao que Debord se dedica.

Acho que qualquer pessoa que tenha escutado sua voz num gravador fica horrorizada com a qualidade de sua vocalização, e o mesmo acontece quando vê a si mesma na televisão. Acho que ela decide nunca mais olhar aquilo ou tornar a fazer algo parecido. Noutras palavras, acho que a necessidade que os meios de comunicação criam é a de atuar, que as pessoas entendem que seu eu privado puro e simples não é adequado à mídia, e acho que isso impele as pessoas para dramatização. (McLUHAN, 2005, p. 199)

A alteração provocada pelo meio – principalmente a televisão – instiga a participação do público, mas uma participação que derruba literalmente a barreira entre o vivido e o representado. E, além da representação, McLuhan aponta a reificação dos indivíduos, um processo que se iniciou com a invenção da fotografia; segundo ele, “tanto o monóculo quanto a câmera tendem a transformar as pessoas em coisas, e a fotografia prolonga e multiplica a imagem humana às proporções da propaganda massificadamente produzida” (McLUHAN, 1994, p. 189). Se a fotografia, imagem por excelência, multiplica e reifica o indivíduo, não seria mais um indício de que a representação superou o vivido? McLuhan chega a escrever que “o mundo passa a ser uma espécie de museu de objetos que já foram encontrados anteriormente em algum outro meio” (McLUHAN, 1994, p. 198) – o fato de dizer “em algum outro meio” nos parece abrir mais uma possibilidade de conjecturar que o mundo (a experiência, o “vivido”) passa a ser mais um dos meios de McLuhan e, portanto, não há vivência fora da representação, como proclama Debord. Assim sendo, ao entrar nos tempos das telas (TV, computador, celular, tablet), damos mais um passo na ampliação da extensão e da sensibilidade desse outro sistema nervoso chegando cada vez mais perto de “vestir toda a humanidade como se fosse nossa pele” (McLUHAN, 1994, p. 47), imagem metafórica que toca no conceito de instância da imagem²³ ao vivo de Bucci.

É na era da eletricidade – que, acústica, envolverá completamente os indivíduos – que a racionalidade da palavra escrita e dos livros será posta de lado ou, com termos de McLuhan, o homem tipográfico será superado. E é justamente sobre essa transição que gostaríamos de

²³ O conceito de acústico se aproxima bastante da instância da imagem ao vivo: “A informação eletrônica vem de todas as direções ao mesmo tempo e, quando a informação vem de todas as direções simultaneamente estamos vivendo num mundo acústico. Quer estejamos ouvindo ou não, o fato é que estamos adquirindo esse padrão acústico”. (McLUHAN e SATINES, 2005, p. 279).

refletir nesta etapa do percurso: a passagem da era da visão para a da audição, como diz McLuhan – ou a entrada na sociedade do espetáculo para Debord e a transição da instância da palavra escrita para a da imagem ao vivo – em um aspecto em particular: o avanço da imagem sobre a palavra.

1.7 Da palavra à imagem

Para a compreensão da era da eletricidade, da instância da imagem ao vivo e mesmo da sociedade do espetáculo, nota-se a preocupação em registrar e analisar o fenômeno da passagem de um tempo em que a palavra escrita era preponderante na análise e compreensão para o tempo em que as imagens avançam de tal modo que a racionalidade parece estar ameaçada.

Voltemos um pouco nessa evolução para tentar caracterizar uma (a palavra) e outra (a imagem), num esforço de destrinçar a mudança, que já ocorreu. Vamos tentar nos deter em dois pontos: a prevalência do desejo sobre a racionalidade e a influência da tecnologia na produção e reprodução da imagem. Com a invenção da instância da imagem ao vivo e a soberania das imagens que circulam como signos, Bucci aponta para outro fenômeno ainda em andamento: a imagem como palavra, numa alusão à possibilidade de termos uma língua por imagens. Para ele, a imagem subverte a organização do discurso – se ela não supera o uso da palavra, ela certamente ataca de maneira voraz:

A comunicação do nosso tempo logrou forjar tamanhas interpenetrações entre códigos imagéticos e códigos vocabulares que não há mais possibilidade teórica – nem mesmo prática – de que o fluxo das imagens, seja quando visto como processo autônomo, seja quando visto como uma enunciação combinada com o fluxo das palavras, não mais compareça à rotina da democracia e do consumo. (BUCCI, 2010, p. 301)

Para o brasileiro, um dos motivos pelos quais a imagem se torna elemento tão central se deve ao fato de não exigir da comunidade um idioma comum – uso que se inicia com ícones, como os dos aeroportos, hospitais, shopping centers, e com logomarcas, identidades para garantir que o produto “correto” seja consumido. Ao derrubar a barreira do idioma, ela acaba causando um efeito em mão dupla: ao mesmo tempo que possibilita a compreensão por indivíduos que não falam a mesma língua, a imagem vai se acumulando em um repertório comum para um grupo cada vez maior de videntes (para fazer uma comparação com o termo falantes). Um adendo: para alcançar esse status, ela precisa circular, condição também para

a fixação de um idioma, e melhor circula aquela que pegar carona na velocidade do capital. Ou seja, ganha vantagem aquela do tipo logomarca e aquela criada pela indústria cultural.

Ao colocar em circulação a imagem – e não a palavra –, o que poderíamos chamar de conteúdo, a mensagem, os significados chegam não pela via da racionalidade, da conclusão após a linearidade de fatos e argumentos, de um pensamento cujo percurso precisa ser feito palavra a palavra e, por isso, cuja trajetória se assemelha entre os leitores. A imagem é elemento de rápida absorção em nosso entendimento, ela pica, cutuca, incomoda, seduz. Ela fala ao nosso desejo. Segundo a visão de Bucci, este é o mais recente empreendimento do capital: ele aprendeu a fabricar valor no imaginário, de maneira industrial. A artimanha foi deslocar o valor de uso, dando terreno ao valor de gozo numa complexa operação para a elaboração da imagem da mercadoria e, num estágio mais recente, da imagem *como* mercadoria.

Na instância da imagem ao vivo, esse elemento que flutua, circula e significa – sim, a imagem – traz a marca da era da eletricidade de McLuhan: ela nos deixa com os sentidos entorpecidos (Bucci diria que ela salta a razão no percurso da nossa compreensão e vai direto para a área do desejo), apresenta-se de maneira simultânea e não é linear. E tem em seu DNA as características do espetáculo de Debord, como mostraria um exame de paternidade teórico. De modo que essa imagem tem essas duas faces muito acentuadas e que tentamos separar apenas para efeito de estudo, uma vez que estão entranhadas no fenômeno – a social, já que é uma construção da comunidade como uma língua, e a tecnológica, aqui entendida como as consequências na produção, compreensão, circulação e reorganização de sua compleição física (a foto, a imagem de vídeo, a pintura) e da dinâmica de sua significação (como significante que se alia a um significado momentaneamente até que outra combinação passe a fazer mais sentido).

A circulação da imagem – e velocidade com que ela se dá – tem potencializado seus efeitos, como podemos observar em momentos de rebelião e revolta quando os manifestantes disseminam sua versão da história inundando a rede com sua narrativa, disputando os sentidos com os meios de comunicação de massa, principalmente a imprensa. É o “tempo real”, a simultaneidade elétrica em uma voltagem que McLuhan não teria como prever nos anos 1960 sem a internet. Essa condição – essa outra temporalidade, o “tempo real”, em que a realidade está condensada no presente – traz um grande desafio ao campo da Comunicação:

“Não há tempo de recuo, nenhuma ‘espessura’, para refletir ou especular. Esta é a ‘realidade’ com que tem de lidar a comunicação, enquanto que às clássicas ciências sociais se reserva um estatuto temporal, onde é possível à consciência interpretar e saber”²⁴ (SODRÉ, 2007, p. 19).

À velocidade que nos tira literalmente tempo de análise e crítica, soma-se um componente importante nessa nova equação: a questão técnica da produção, circulação e reorganização das imagens. Se produzidas de maneira industrial, como postula Bucci²⁵, não haveria também um grupo de consumidores em escala industrial por consequência? Ou ao menos um potencial público consumidor nessa ordem de grandeza? McLuhan já apontava nos anos 1960 que, desde a invenção da fotografia, os indivíduos, reificados, poderiam ser multiplicados ao bel-prazer da técnica. Temos a representação com o “R” maiúsculo de Debord – a representação total e totalizante em que a expressão humana *é* imagem, multiplicada em selfies nas telas, transformada em narrativa publicitária de si mesma.

Com a possibilidade de multiplicação das imagens, surge uma questão em relação à confiabilidade do material eletrônico, recorte do recorte da realidade – se o enquadramento, o posicionamento de quem registra já podem interferir na busca pelo registro da verdade factual, os efeitos de edição e as escolhas podem gerar um produto final mais próximo do que convencionamos chamar de publicidade que daquilo que nomeamos jornalismo. Um exemplo conhecido – e atualmente considerado uma operação grotesca – é a exclusão de Léon Trotsky das fotografias oficiais pelo aparato de Estado sob o comando de Josef Stalin. Este, como havia banido o ex-camarada da burocracia do governo da União Soviética, simplesmente mandou apagar o desfeto das imagens. Sua intenção era tirá-lo da História – o que faz algum sentido. Um desavisado poderia olhar as imagens em busca da burocracia da URSS nos anos 1920 e os registros deixados por Stalin em imagens conseguiriam eliminar Trotsky da História. Tanto os programas quanto os usuários estão mais e mais competentes para esse tipo de empreitada. Talvez, em um futuro próximo, a relação de confiabilidade com esse tipo de registro seja de maior desconfiança e métodos devem surgir para evitar esse tipo

²⁴ SODRÉ, Muniz (2007). Sobre a episteme comunicacional. In: Matrizes. São Paulo, v. 1, ano 1: pp. 15 a 26.

²⁵ BUCCI, Eugênio (2010). O olho que vaza o olho: fabricação industrial de signos visuais num tempo em que o *olhar* virou sinônimo de trabalho. In: NOVAES, Adauto (org.), *A experiência do pensamento*. São Paulo: Edições Sesc, pp. 289 a 321.

de falsificação. No momento, o que temos é a produção do discurso da História, sempre inacabado e em constante disputa de versões, dentro do paradigma da sociedade do espetáculo:

Agora, a História se reproduz pela mesma máquina de comunicação eletrônica que está socialmente encarregada de registrar os acontecimentos imediatos e de promover o entretenimento; ela se reproduz não segundo os parâmetros da historiografia, mas segundo as leis que ordenam o espetáculo – fundindo fato e ficção –; ela se reproduz segundo o modo de produção das imagens voltadas para o consumo e para o gozo. (BUCCI, 2004, p. 206)

Nesse caso, Jornalismo e História possuem uma proximidade, a característica intrínseca de busca pela verdade factual. E os meios eletrônicos podem se tornar instrumentos da construção de outra narrativa que se coloca à distância dos fatos aceitos majoritariamente como verdade – como no caso do relato da Rede Globo sobre o Comício pelas “Diretas Já” em 25 de janeiro de 1984, data em que também se comemorou o 430º aniversário da cidade de São Paulo. Se aquele mesmo desavisado da situação anterior buscasse saber o que aconteceu na cidade de São Paulo naquela data, talvez ficasse sem saber que mais de 1,5 milhão de pessoas queriam a volta das eleições diretas para presidente. Nesse caso, não foi a técnica de registro (algo para apagar ou para inserir), mas a narrativa construída que criou outra versão para o que acontecia ali na Praça da Sé. Para os telespectadores da Globo, eles estavam diante de uma calorosa comemoração do aniversário da fundação da capital paulista. Já naquela época, críticas ao papel da emissora compareciam a passeatas e atos públicos em um conhecido refrão: “O povo não é bobo, abaixo Rede Globo”. Já se somam 32 anos do episódio, e esse tipo de atitude ainda é questionado.

Estaremos diante de uma fase ainda mais avançada do fenômeno quando as crianças passarem a ser ensinadas na escola a se comunicar com material audiovisual, quando esse tipo de linguagem se tornar tão imprescindível e reconhecido como código de comunicação como a escrita. Atualmente já nos vemos em selfies, gravações rudimentares de falas em arquivos de áudio, vídeos curtos e caseiros – estamos em uma fase ainda de registro, mas já com alcance de transmissão que não conseguimos minimamente prever. É assim que temos convivido socialmente, algo que McLuhan apontava como uma característica da idade da eletricidade: saímos de casa para ficarmos sozinhos, instalados em nossos carros, e voltamos para casa para interagirmos (em sua época, McLuhan apontava a TV como o lugar de

interação; temos hoje um mecanismo tecnológico que simula o diálogo com muito mais eficiência, na figura dos dispositivos móveis).

A profissionalização da comunicação audiovisual tem ocorrido não apenas nos ambientes empresariais onde circulam as decisões de altas somas e onde os avanços tendem a ser inventados por conta do ambiente pressionado por lucros e dividendos, mas também está se ampliando com a percepção de movimentos sociais e outros setores organizados de que a narrativa audiovisual (bem construída) passou a fazer parte do kit de divulgação das suas ideias. Produzem-se documentários, clipes, campanhas, memes – há quem ensine a produzir um meme²⁶, uma mensagem que tende à replicação viral pelas redes sociais. E, mesmo sem inovações, as empresas são as primeiras a fazerem releituras do que ganha seus “15 minutos de fama”, caso do uso do aplicativo de dublagem Dubsmash por empresas e causas²⁷ após os vídeos curtíssimos, de duração de 10 a 30 segundos, invadirem as redes sociais em abril de 2015.

Talvez venhamos a vivenciar realidades distópicas já apresentadas em certo tipo de literatura, quando a relação pessoa a pessoa ficará desprovida de espontaneidade ou os robôs passem a programar os humanos. Porque trata-se disso, da construção de um avatar, processo que já está em pleno curso, com uma geração que nasce sob o signo da autoexposição, dos aplicativos que prometem segurança apagando a mensagem de acordo com a configuração escolhida pelo remetente, caso do Snapchat²⁸. É uma geração que aprende já na escola como se dá a produção audiovisual – em alguns casos, professores se detêm no aspecto técnico e estético (como usar a câmera, como editar, como capturar o áudio, como trabalhar o roteiro e a trilha sonora) e, em outros, os mestres colocam em questão o conteúdo (é preconceituoso? faz distinção de gênero? de onde parte a fala do autor do filme, digo, do diretor?). Obviamente, a relação interpessoal com presença física não será eliminada, mas há, cada vez

²⁶ Populares nas redes sociais como figuras que trazem piadas, ironias e chistes, o conceito de meme vem da biologia e se instalou nos conceitos de Comunicação: “Os memes emergem nos cérebros e viajam para longe deles, estabelecendo pontes no papel, no celuloide, no silício e onde mais a informação possa chegar. Não devemos pensar neles como partículas elementares, e sim como organismos. O número 3 não é um meme, nem a cor azul, nem um pensamento qualquer, assim como um único nucleotídeo pode ser um gene. Os memes são unidades complexas, distintas e memoráveis – unidades com poder de permanência”. (GLEICK, 2013).

²⁷ ADNEWS. **Como as marcas abraçaram o Dubsmash**. Disponível em <<http://www.adnews.com.br/publicidade/como-as-marcas-abracaram-o-dubsmash>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

²⁸ A rede social Snapchat permite a troca de mensagens que se autodestroem, como nos filmes e desenhos antigos de espionagem. Tem foco na troca de vídeos bem curtos (10 segundos no máximo) e com filtros e interferências de desenhos que dão ar adolescente às comunicações. Em março de 2016, o público aproximado era de 100 milhões de usuários, segundo o site institucional do aplicativo. (SNAPCHAT, 2016). Disponível em <<https://www.snapchat.com/ads>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

mais, dispositivos e disposição para usar e abusar da interação mediada²⁹ (THOMPSON, 1998, p. 78).

Há um possível lampejo de mudança com a proliferação dos dispositivos móveis, uma vez que a facilidade de produção e de transmissão não se aterão aos selfies e devem dar espaço a outros estilos que farão circular outras narrativas. A multiplicação dos modelos de celulares e tablets com recursos cada vez mais intuitivos traz um sopro de esperança em relação à democratização de quem pode aparecer, tornar-se visível nesses novos espaços públicos virtuais. Tudo se dá no lugar físico da tela – ela, a tela, parece ser a face física da instância da imagem ao vivo, aquela da qual não podemos escapar. Acústica, como descreveu McLuhan, ela nos bombardeia com estímulos simultâneos e toca todos os indivíduos incluídos no mercado consumidor de aparelhos eletrônicos (grupo que segue aumentando). No entanto, não há esperança de que a lógica – a do capital – mude. Por paradoxal que seja, parece que ela só se fará acentuar, uma vez que a construção de uma narrativa audiovisual exige mais sofisticação do pensamento que o simples registro atualmente produzido. Mesmo que as técnicas avancem, que se popularizem, o caminho parece estar traçado. O capital é mais veloz. Na nossa opinião, apenas um esgotamento dos recursos naturais pode possibilitar algum tipo de mudança mais efetiva – por exemplo, uma crise hídrica de grandes proporções, maior que a vivida por São Paulo em 2014, que elimine de vez a água entre os mais pobres e subjugue os mais ricos a uma restrição de racionamento, pode abrir uma fissura social por onde essas outras narrativas audiovisuais possam navegar, por onde elas transbordem num balé que talvez se assemelhe com o esparramamento das multidões nas manifestações de 2013.

²⁹ “As interações mediadas implicam o uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) que possibilitam a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo ou em ambos.” (THOMPSON, 1998, p. 78).

Capítulo 2: Peças e engrenagens da visibilidade

Neste capítulo, o propósito é avançar na reflexão sobre a imagem e o contexto em que ela é produzida. Se apenas o que é visto é valorado socialmente ou, em outras palavras, se apenas o que é visível passa a existir e ter relevância nas questões públicas e do espaço público, vale perguntar: qual o verdadeiro estatuto da imagem? E mais: serão necessárias outras habilidades para capacitar o cidadão a transitar com autonomia pelo debate público numa era em que a imagem impera no ambiente dos meios de comunicação e, em termos genéricos, da mídia?

Para dar cabo desse objetivo, o presente capítulo investigará aproximações entre o conceito de sociedade do espetáculo (DEBORD, 1992) e o de visibilidade na Teoria Social da Mídia, de Thompson (THOMPSON, 2014). A ideia é buscar elementos que ajudem a compreender de que maneira a imagem social se constitui e de que estratégias pode se utilizar para circular. E, assim, abrir caminho para indagações ainda bastante preliminares sobre a necessidade de um letramento específico, algo como o conceito de alfabetização visual de Català (CATALÀ, 2011, p. 15), para além das articulações sobre a necessidade de letramentos específicos para a mídia (LIVINGSTONE, 2003).

Se a imagem impera, como procuramos sinalizar no primeiro capítulo deste trabalho, a visibilidade passa a ser constitutiva de algo que podemos presumir como uma nova ordem da comunicação. Essa imagem é fabricada industrialmente (BUCCI, 2002), mesmo quando não é produzida diretamente pela publicidade ou por instituições da chamada indústria cultural, isto é, mesmo quando resulta especificamente de processos culturais aparentemente desvinculados da indústria, como as vivências espontâneas em ambientes familiares, religiosos ou afetivos, a imagem é tecida e composta de significantes oriundos da indústria ou difundidos pela indústria. Fruto da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1992), essa imagem domina as relações de representação a que todos estão, de um modo ou outro, submetidos. Em outra perspectiva teórica, pode-se dizer que a imagem da era da eletricidade (McLUHAN, 1994), então chamada de “acústica”, precisa da participação do consumidor para existir e circula movida por uma força que não decorre exatamente da iniciativa de uma pessoa em particular.

2.1 Público, privado e íntimo

Há que se fazer uma anotação inicial ao adentrarmos nos mecanismos da visibilidade, discutindo, ainda que brevemente, os conceitos de público e privado no escopo deste trabalho. Isso se faz necessário, na nossa opinião, uma vez que as imagens vão a público (são publicizadas, tornam-se conhecidas) sem, necessariamente, serem públicas (ligadas ao Poder Público ou a disputas por ele) – uma dinâmica que existe, ao menos, desde a invenção da imprensa burguesa. Neste nosso século XXI, a quantidade gigantesca de imagens produzidas pelas pessoas comuns (ou seja, sem nenhum tipo de cargo ou identidade institucional) satura a instância da imagem ao vivo (dividindo e disputando espaço com conteúdo relacionado ao gerenciamento das instituições de governo, da sociedade civil e do setor das empresas) com peças que seriam de uso familiar, mais para o âmbito do grupo social restrito da comunidade, da vizinhança, do quarteirão. E, vez ou outra, uma gafe, uma indiscrição, um escândalo familiar lançados à instância da imagem ao vivo atraem a curiosidade e o olhar e ganham divulgação que se torna massiva – tornando-se, assim, assunto das redes sociais, pauta nos jornais e telejornais, imagem (na instância da imagem ao vivo). É um conteúdo íntimo que, sem pedir licença, passa a fazer parte dos assuntos públicos.

É bem verdade que os meios audiovisuais trouxeram para a cena política certo ar de revista de fofoca e de variedades – o que demonstra alguma valorização de materiais dessa natureza mais íntima. Com o advento das transmissões televisivas e a invenção da instância da imagem ao vivo, essa faceta mais pessoal (a harmoniosa convivência do político com sua família ou seu empenho nas atividades da escola de seu filho) adentra o campo da política, sendo valorizada como qualidades que ajudam a eleger um candidato. Um líder, para passar a atender aos pré-requisitos da sociedade do espetáculo, precisa “servir de suporte para a construção de uma ilusão de identidade”³⁰ (KHEL, 2004, p. 159) em vez de “fazer-se visível no espaço público, e fazer-se visível depende da conjugação entre espaço e ação” (KHEL, 2004, p. 151). É a vitória do parecer ter sobre o ter ou sobre o ser. Na outra direção, a fabricação industrial das imagens – mesmo quando nos recolhemos no conforto do lar, da

³⁰ Para Khel, a sociedade do espetáculo impede a constituição plena do sujeito: “Na sociedade do espetáculo, que, como o leitor já percebeu, é a própria sociedade de consumo, o mecanismo que garante ao sujeito a visibilidade necessária para que ele exista socialmente (no campo do Outro) já não é o da identificação (com o líder). Na horizontalidade da circulação das imagens/mercadorias, o mecanismo das identificações é substituído pela tentativa de produção de identidades.” (KHEL, 2004, p. 158).

missa ou da sala de aula – traz a espetacularização, glamourização ou “camarotização” das vidas privadas.

Quando Habermas, nos anos 1960, discutiu a mudança da esfera pública burguesa, ele retratou a invasão das questões públicas (dos governos instituídos em nome de toda a sociedade) pela publicidade (impondo o interesse das grandes corporações). Para chegar a essa dinâmica, ele reconstruiu historicamente a distinção do que seria público e do que seria privado – o primeiro se referindo às questões do governo centralizado que surge com o Absolutismo e as disputas empreendidas entre Estado e burguesia; já o segundo se desenha como território dos interesses e da noção de propriedade privada. Como o referencial construído por Habermas influencia os conceitos de espaço público até os dias de hoje, assim como a noção de teleespaço público utilizado neste texto, achamos por bem citá-lo e apontar uma distinção por outra perspectiva que também será utilizada neste trabalho. Trata-se da distinção entre público como aquilo que vem ao conhecimento das pessoas, contrapondo-se ao privado, que se mantém oculto, escondido, sob segredo como postula Thompson (1996) e como veremos mais adiante na definição de visibilidade dentro de sua Teoria Social da Mídia. A ideia inicial de Thompson era expor a mudança da dinâmica da política e de seus líderes ao diagnosticar que a publicização torna uma informação pública, no sentido de ser de interesse público. O próprio Habermas desenvolve um raciocínio nesse sentido quando discute a “polarização da esfera social e da esfera íntima” (HABERMAS, 2003, p. 180) – para o alemão, a discussão se pautava na dissolução da função econômica da família, uma vez que o Estado passava a garantir os cuidados que outrora foram do grupo familiar, como a saúde, a educação e a previdência. As fronteiras entre o que se considerava público e privado também já se embaralhavam.

As noções de público e privado têm limites flexíveis no decorrer da História. Para os fins deste trabalho, interessa-nos apontar outra natureza de imagens que convive, na instância da imagem ao vivo, com o público e o privado tanto na acepção de Habermas quanto na divisão de Thompson – seria um conjunto de conteúdos e interesses que nem teriam acesso à esfera pública do primeiro ou interessaria como público ou mesmo como algo privado para o segundo. Trata-se de um conteúdo íntimo, de produção caseira, ainda que tenha elementos da fabricação superindustrial a que todos estamos submetidos: são as fotos cotidianas de gatinhos, as selfies com policiais militares em manifestações cívicas, o cardápio do dia compartilhado com ninguém que disso queira saber. O conteúdo íntimo – que vaza do mundo

da vida³¹, apresentado e representado pela imagem nas telas – ganha relevância quando (quase) sem querer interfere nas outras duas esferas, a pública e a privada. Assim como casos exemplares (co)movem a opinião pública, algumas histórias acabam mobilizando a população.

O que muda, com a multiplicação das telas e dos aparelhos de registro de imagem, é a quantidade, e isso pode gerar mais oportunidade de interferência nas outras duas esferas, a pública e a privada de Habermas. Exemplo disso são os vídeos do estupro coletivo a uma garota de 16 anos no Rio de Janeiro, ocorrido no final de maio de 2016 – gabando-se da “proeza” (e produzindo provas contra si mesmos), alguns dos criminosos fizeram registros íntimos de situações de abuso sexual a que submeteram a adolescente e compartilharam nas redes sociais. Na gravação, eles diziam que mais de 30 homens haviam agredido a menina. O caso mobilizou centenas de denúncias ao Ministério Público antes mesmo de a própria vítima recorrer à polícia. Brutal, o crime capturou a atenção (e o horror) dentro e fora das redes sociais e foi mote de manifestações pelo país³². Estamos mais interessados nesse tipo de conteúdo íntimo que possibilita denúncias de crimes e que, em alguns casos, circula sem chamar a atenção. É uma produção caseira que almeja se tornar munição na busca por direitos – como os registros audiovisuais de manifestantes presos por portar vinagre ou logo após a detenção que ajudaram a inocentar manifestantes de 2013, o desabafo de um consumidor insatisfeito com a sua geladeira que viralizou na internet. A tática pode também ser utilizada para evitar a criminalização, como foi o caso do vídeo produzido por policiais militares após a morte de um menino de 10 anos que roubara um carro.

Encerrando este desvio na rota, gostaríamos apenas de pontuar a importância – mais pela quantidade que pela qualidade ou relevância – do conteúdo íntimo que satura a instância da imagem ao vivo. E que, ao se utilizar com sucesso dos mecanismos de visibilidade, passam a existir. Voltemos à discussão teórica, propósito inicial deste capítulo.

³¹ “[...] mundo da vida, âmbito de interação dialógica entre sujeitos individuais ou associativos, não se constitui como sujeito próprio. Os subsistemas [Estado e Economia] se reproduzem porque perseguem automaticamente seus próprios fins acima de tudo. O mundo da vida se reproduz culturalmente através dos seus muitos sujeitos e do seu agir orientado para o entendimento mútuo. No mundo da vida, afinal, mora a possibilidade da espontaneidade, da inventividade, da surpresa na História – nos subsistemas, imperam a lógica burocrática do poder e o mecanismo capitalista do dinheiro.” (BUCCI, 2002, p. 62).

³² “No vídeo, em meio a risadas, um grupo de homens toca nas partes íntimas da garota e diz que ela foi violentada por ‘mais de 30’. Em 2009, a lei 12.015 foi alterada e passou a considerar como estupro, além da conjunção carnal, atos libidinosos”. (FOLHA DE S.PAULO, 2016). **Segundo vídeo mostra novas provas de estupro a jovem no Rio, diz polícia**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/06/1778606-segundo-video-mostra-novas-provas-de-estupro-a-jovem-no-rio-diz-policia.shtml>>. Acesso em: 13 jun. 2016.

2.2 O Outro que nos olha

Para que a visibilidade – independentemente de que conceito teórico adotemos – se anuncie, ou para que algo se anuncie na membrana do visível, é necessário que alguém olhe, que dirija seu olhar para (o que há de passar a existir). Esse é um mecanismo primordial na constituição do sujeito para a teoria psicanalítica: existimos a partir do olhar do Outro³³. E isso torna o mecanismo de fabricação de valor no imaginário muito mais perverso, porque pode alijar um indivíduo da possibilidade de se constituir como sujeito. Ou, parece-nos, de se constituir como um sujeito dentro da dinâmica da mercadoria – uma imagem (significante) que será exposta à circulação para consumo, um líder com quem se deseje parecer, uma vedete do espetáculo se exibindo na pobreza existencial da contemporaneidade. Sobre as engrenagens da visibilidade em Debord e em Thompson, vamos discorrer adiante. No momento, interessa-nos passar pelo conceito de que é esse Outro e o Grande Outro, peças essenciais desse mecanismo, mais para contextualizar a discussão deste capítulo que para discutir a teoria psicanalítica nas Ciências da Linguagem e na Comunicação:

O Outro em psicanálise é testemunha da visibilidade do sujeito, portanto de sua existência presentificada em uma imagem: à posição do sujeito na imagem, chamamos Eu Ideal. O Outro é também portador imaginário de uma esperança que sustenta o sujeito no fio do tempo: a de que ele estará mais perto do Eu Ideal quanto mais se parecer consigo mesmo. Ou melhor: quanto mais se parecer com aquele que ele supõe que o Outro veja. (KHEL, 2004, p. 149)

Ao fazer parte da massa (alimentada constantemente por elementos criados pela Indústria Cultural), a individualidade se dissolve para fins de atingir o público, situação que não se altera significativamente quando o conjunto de pessoas, o público, os consumidores passam a ser audiência. Há efeitos para a constituição desse Eu Ideal e de quem tomamos por esse Outro, muda o estatuto de constituição do espaço de convivência e, por consequência, da compleição do espaço público, e também a dinâmica de identificação com o primeiro por meio do olhar do segundo. Segundo Khel (2004, p. 158, grifo da autora), “o mecanismo das

³³ “O pensamento talvez seja o selo que distingue a espécie, e a atividade de pensar garante que cada sujeito pensante seja um homem, e não outro animal qualquer. Mas não é o pensamento que distingue, primordialmente, um ser humano do outro. A certeza subjetiva que nos garante, muito precocemente, que ‘eu sou’, não provém da nossa capacidade de pensar, mas da nossa identificação a uma imagem. A imagem corporal. Antes de saber que pensa, o filhote de homem já ‘sabe’ que existe, a partir do olhar que o outro dirige à sua imagem. Não é o pensamento que garante a singularidade do ser; isto é o que nos ensina a filósofa Hannah Arendt, baseada em seu conhecimento da Antiguidade clássica. **O que garante o ser, para um sujeito, é sua visibilidade – para outro sujeito.**” (KHEL, 2004, p. 148, grifo nosso).

identificações é substituído pela tentativa de produção de *identidades*”: identidades que serão produzidas industrialmente e dentro da lógica do consumo e da inteligência do espetáculo. Em vez de delegar ao líder seus ideais, ou buscar a visibilidade por meio da ação política no seu grupo social, o indivíduo persegue a imagem a que ele “deveria”, “desejaria” almejar (um Eu Ideal posto pela e na instância da imagem ao vivo) , imagem fabricada por esse Grande Outro – a televisão, a internet, as redes sociais, o Capital – que não para de piscar em nossas telas.

Para o indivíduo fica o sofrimento da busca por si mesmo – um eu, um sujeito com mais facilidade em dizer “eu tenho” e mais segurança em “se parecer com” que falar “eu sou” (e ao enunciar, autorizar-se a) – com perda de referências simbólicas que antes eram tecidas no seio da família, da igreja e da vila em nome de um projeto de existência que se pretende hollywoodiano. Para a política, para a atuação em público e no espaço público, a marca deixada é de um esvaziamento da ação política e dos ideais pelo bem.

2.3 Visibilidade e espetáculo

Uma vez que a essência do espetáculo está na representação, os fenômenos precisam estar aparentes, explícitos, precisam ser vistos. Segundo Debord, a visibilidade seria um expediente da sociedade de consumo para atribuir valor ao que lhe interessa. Por esse tipo de manobra, ela tornaria interessante o que lhe interessa, ao mesmo tempo que condenaria o resto à inexistência. O que não alcança a membrana da visibilidade não interessa, é negado, está fora da vida social. Nas palavras do próprio Debord, “a crítica que atinge a verdade do espetáculo o descobre como a negação visível da vida, como negação da vida que se tornou visível” (DEBORD, 1992, p. 16).

Debord insiste que, ao consumir fotos e produtos na sociedade do espetáculo, o indivíduo entrega não apenas o enquadramento do que passa a ver, a conhecer, mas também opta por um recorte limitado da realidade, o recorte que o espetáculo permite que ele experimente ou experiencie. Por ser o “momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social” (DEBORD, 1992, p. 30), o espetáculo tem a visibilidade como fator estruturante, fundante, da imagem. A visibilidade é a condição de existência e a invisibilidade é, pois, uma condenação.

Para Debord, há promotores especializados em tornar visíveis os interesses do consumo, que ele chama de vedetes. A vedete, palavra derivada do francês que, no passado, designava uma torre de vigilância onde ficavam os sentinelas, virou, a partir do avanço da modernidade, o nome das protagonistas de shows de dança. No Brasil, por exemplo, a expressão “vedete do teatro de revista” se difundiu bastante na primeira metade do século XX. Como as dançarinas, as vedetes de Debord precisam se apresentar com apelos visuais chamativos para atingir o objetivo de capturar a atenção dos espectadores. “Elas [as vedetes] encarnam o resultado acessível do trabalho social, imitando subprodutos desse trabalho que são magicamente transferidos acima dele como sua finalidade: o poder e as férias, a decisão e o consumo que estão no início e no fim de um processo indiscutido” (DEBORD, 1992, p. 40).

Como porta-vozes (ou, poderíamos arriscar, como porta-estandartes) do espetáculo, as vedetes ajudam na banalização dos temas trazidos ao debate, sejam eles quais forem. Também por aí se vislumbram as razões pelas quais tudo o que é lançado aos olhos do público assume certo ar de campanha publicitária. Há, no centro dessa grande usina de geração de imagem em que se converteu a sociedade inteira, um modo capitalista de produção muito claramente instalado. Passando pelos estereótipos conhecidos, como a família de propaganda de margarina, os dentes da moça que sorri no anúncio de dentifrício, o fumante que posa de rebelde e se insurge contra as regras, o bebedor de cerveja que só pensa em mulher e bola de futebol, esse modo de produção de imagem alcança atualmente níveis mais elaborados e mais complexos, nos quais já se faz possível a privatização das tons cromáticos, que, por meios de massificação publicitária, passam a ser associados, como numa conquista territorial, a certas marcas de mercadorias. O vermelho vira marca registrada do refrigerante ou do partido político. O laranja é tragado pelo banco, a tal ponto que a simples aparição da cor já basta para identificar a casa bancária em questão (Itaú³⁴). Por fim, há uma proliferação epidêmica de emoticons e emojis. No primeiro semestre de 2015, quando parte desta dissertação estava sendo produzida, uma das novelas da maior rede de televisão do Brasil, a Rede Globo,

³⁴O banco divulgou à época uma série de propagandas, “traduzindo” as músicas com emoticons, e uma das ações dessa campanha foi colocar as carinhas e símbolos, os emoticons, por 24 horas na home do maior portal de conteúdo do país, o UOL. PROXXIMA, 2015. **UOL insere emoticons em seu conteúdo e na homepage**. Disponível em <<http://www.proxxima.com.br/home/negocios/2015/04/30/UOL-insere-emoticons-em-seu-conteudo-e-na-homepage.html>>. Acesso em: 1 mai. 2015. PROPMARK, 2015. **Itaú conversa por emoticons com seus clientes**. Disponível em <<http://propmark.uol.com.br/agencias/53260:itau-conversa-por-emoticons-com-seus-clientes>>. Acesso em: 1 mai. 2015.

adotava o nome de “I ❤️ [coraçõzinho vermelho] Paraisópolis”, numa reedição do grande achado gráfico de Milton Glaser, dos anos 1970, “I ❤️ [coraçõzinho vermelho] NY”. O que era arte em Glaser é pura indústria na novela.

Está tudo dominado, como diriam na rua ou no cenário de rua da novela. Tanto em termos de vocabulário imagético quanto no tipo de assunto que é colocado à vista. Vamos nos deter um pouco na banalização – que serve de terreno fértil à imagem como mercadoria (ou seria fertilizado por essa imagem?), uma vez que varre a racionalidade para debaixo do tapete – que não sabemos se é causa ou efeito dos mecanismos do valor de gozo mencionado anteriormente. É na televisão que vamos encontrar de maneira mais sistematizada essa operação – o conteúdo audiovisual que ela disponibiliza é majoritariamente comprado ou produzido para estimular alguma compra, exceção feita a algumas redes de televisão pública. A televisão, um dos lugares preponderantes da instância da imagem ao vivo, virou um território, um lugar, uma localização. Mais que transmitidos pela TV, os fatos acontecem *na* TV – o que, certamente, traz as implicações já mencionadas sobre a instância da imagem ao vivo como “altar da verdade factual possível” (BUCCI, 2008, p. 404). Nada escapa: nem o jornalismo nem a história.

“Na história tal como ela é narrada ou liquefeita, pela TV, um fato que não tiver gerado imagens berrantes será apenas o nada, será o não-acontecimento, algo para sempre esquecido ou, mais que isso, algo nunca existente” (BUCCI, 2004, p. 213). É possível sentir o bafo quente do espetáculo na citação que exige “imagens berrantes”. Vamos nos deter um pouco no adjetivo “berrante”, que sinaliza a necessidade do exagero, da caricatura, das metáforas extremas (ou nas extremidades) para que um fato, um valor seja reconhecido. Talvez possamos fazer uma comparação com uma situação do cotidiano: em uma conversa considerada “civilizada”, os indivíduos mantêm o tom cordial e um volume de voz moderado, e de quem grita se diz que teria “perdido a razão”. Pois, para fazer história nos dias de hoje, é preciso deixar a razão de lado, recrutar pseudoargumentos que tenham fácil absorção e compreensão deixando a qualidade deles em segundo plano. O que manda é o gozo, para complementar com a perspectiva da teoria psicanalítica: “O imperativo do gozo substituiu a interdição do excesso, e embora gozar plenamente seja impossível para o ser humano, é este gozo que o supereu, reproduzindo os discursos dominantes e os valores em circulação, exige dos sujeitos” (KHEL, 2004, p. 74). São tempos de excesso (e de excedentes), não apenas na quantidade, mas na qualidade de informações, de produções, de imagens. E as imagens

berram – num jogo de palavras que nos remete tanto às abundâncias de Augé quanto ao mundo acústico de McLuhan.

Essa dinâmica de exibição traz também, por outro lado, outra, de ocultamento. Bordieu (1997, p. 23) chamou a atenção para isso em seu ensaio “Sobre a televisão”: “Ora, o tempo é algo extremamente raro na televisão. E se minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas”. Ele não cita as vedetes ou a banalização de Debord, mas nos parece ser disso que se trata “as coisas fúteis”. O espetáculo é uma ordem tão totalizante que chega a criar a “unidade da miséria”, uma especialização do espetáculo que se opõe a ele. No entanto, o contraste existe apenas para reafirmar o próprio espetáculo, segundo Debord.

Assim, a imagem do “bem” pode circular mais facilmente na expressão de um homem dentro do chamado espetacular concentrado, a burocracia do Estado: “A imagem imposta do bem, em seu espetáculo, recolhe a totalidade do que existe oficialmente e concentra-se normalmente num só homem, que é a garantia da coesão totalitária. Com essa vedete absoluta é que todos devem identificar-se magicamente, ou desaparecer” (DEBORD, 1992, p. 43). Ao indivíduo caber ser Mao ou tornar-se Mao – Debord se refere ao líder comunista chinês para demonstrar o autoritarismo do espetáculo mesmo em uma sociedade que não estaria subjugada pelo consumo. O indivíduo não tem possibilidade de ser visível no cenário espetacular, a não ser que ele mesmo se torne vedete em forma de imagem, caso das celebridades.

A exaltação do indivíduo como representante dos mais elevados valores humanos que esta sociedade produziu, combinada ao achatamento subjetivo sofrido pelos sujeitos sob os apelos monolíticos da sociedade de consumo, produz este estranho fenômeno em que as pessoas, despojadas ou empobrecidas em sua subjetividade, dedicam-se a cultuar imagens de outras, destacadas pelos meios de comunicação como representantes de dimensões de humanidades que o homem comum já não reconhece em si mesmo. (KHEL, 2004, p. 67)

Nesse texto, do livro *Videologias*, Khel também aborda a questão do ocultamento e de que maneira ela se relaciona com o fetiche (da imagem, no caso da sociedade do valor de gozo). Khel explica as aproximações do fetiche em Freud e em Marx em que seu objeto “funciona para ocultar algo” – e esse algo no caso do primeiro é o “segredo da diferença sexual” e, para o segundo, a exploração do trabalho. O fetichismo confere poder, um “brilho especial” que segue objetos por toda uma existência humana. Khel defende que os

mecanismos se mantêm do plano psíquico para o plano social: “Não é preciso que os sujeitos, um por um, sejam estruturalmente fetichistas de acordo com o modelo freudiano da perversão, para que a sociedade como um todo funcione segundo as leis do fetiche” (KHEL, 2004, p. 75). No comando da produção de valor, manobrando a cortina que, ora esconde, ora deixa ver, produzindo objetos desejáveis, está o capital, concentrado como espetáculo.

Atualmente, as vedetes desfilam nas redes sociais – consumo e poder em fotos tiradas de si mesmo, sorrisos que parecem saídos do intervalo da novela das nove, autopromoção para o consumo de parceiros (sexuais ou para “relacionamento sério”). Elas estão em busca de serem “compradas” com “curtidas”, sistema de valoração do que cada um expõe: ganham mais “likes” (anglicismo absorvido como sinônimo de curtida) quanto mais atenção as publicações (em texto, foto ou vídeo) forem capazes de atrair. E o usuário, numa atitude servo-mecanicista que McLuhan já previa, “curte” sem se dar conta de que está trabalhando, de que, sem seu olhar, não haveria valor na rede social. A situação de valorização das futilidades e criação de pseudodebates, descrita por Bordieu e localizada na televisão, fica exponenciada pela possibilidade tecnológica de produzir e distribuir conteúdo com muita facilidade, mesmo que esses processos não tenham o alcance dos chamados meios de comunicação de massa. Como dito anteriormente, a banalização é abundante – e, talvez pelo seu excesso, esse conteúdo de interesse *do público* tratará muito raramente dos assuntos de *interesse público*³⁵, aquele que vinha para o debate na esfera pública burguesa.

A audiência cria em quantidade. O tempo livre, que surge com a organização do trabalho em jornada e lazer/descanso, produziu uma geração de amadores (palavra usada em contraste a profissionais) que usam a tecnologia (de registro, produção e distribuição) para encontrar pessoas como eles e compartilhar passatempos ou causas: “O site criado por um amador pode não atrair tantos visitantes quanto o criado por um profissional, mas um obstáculo essencial que separava amadores de profissionais foi removido” (SHIRKY, 2011, p. 79). A barreira, no caso, seria a exclusividade na produção e distribuição de conteúdos. O novo cenário coloca o cidadão comum, que não possui um meio de comunicação, na área de visão pública, mas os recursos de tecnologia ainda não igualaram as condições de visibilidade

³⁵ O interesse público está agenciado por muitos, menos pelo cidadão propriamente dito: “A era da chamada sociedade da informação é também a da produção de estados mentais. É preciso pensar de maneira diferente, portanto, a questão da liberdade e da democracia. A liberdade política não pode se resumir no direito de exercer a própria vontade. Ela reside igualmente no direito de dominar o processo de formação dessa vontade.” (MATTELART e MATTERLLART, 2012, p. 191).

– poder e dinheiro ainda são prerrogativas para brilhar mais, aparecer mais. Para Shirky, a situação abre uma brecha (pelo próprio espetáculo quando permite a popularização da exposição na instância da imagem ao vivo) em relação aos custos agora mais acessíveis. Por essa fresta, poderão passar informações e opiniões que podem influenciar, sim, as discussões políticas e as estruturas de poder por meio da instauração de um novo tipo de visibilidade do qual trataremos adiante.

2.4 Visibilidade e Teoria Social da Mídia

O sociólogo inglês John Thompson afirma que a tecnologia possibilitou uma “nova visibilidade”³⁶ (THOMPSON, 2008, p. 21). Em uma abordagem funcionalista, Thompson demonstra de que maneira os meios de comunicação modificaram a relação entre o público e o poder, no caso, os governantes e os políticos. Ao eliminar a necessidade da copresença, o tipo de interação entre o rei e seus súditos, entre o político e potenciais eleitores, entre o presidente e os cidadãos mudou e criou um novo regime de intimidade – que esbarra em alguns pontos tanto no conceito de banalização quanto no de vedete de Debord.

A questão do alcance, ampliando aquilo que o grupo político pode enunciar, e a da eliminação da necessidade da copresença concedem à nova visibilidade duas características: a invisibilidade de quem ouve, recebe a mensagem do poder e, assim, a eliminação do caráter de diálogo das antigas aparições públicas. Se o rei poderia observar a reação de seus súditos, a situação se modifica com a existência dos meios de comunicação. Mesmo que no passado a plateia não pudesse se expressar livremente diante do monarca, havia uma possibilidade de retorno quando ele dava o ar de sua graça. A partir dos meios de comunicação de massa, outros mecanismos foram inventados para medir a reação do público, como as pesquisas de opinião e de imagem. Antes dessa mudança, os indivíduos que estivessem ao discurso em situação de copresença também podiam ser observados – atualmente, isso não é mais possível. Para ele, a ideia do panóptico de Foucault se inverte e a vigilância que era exercida pelo governante fica enfraquecida.

³⁶ “Nessa nova forma de visibilidade mediada, o campo da visão não está mais restrito às características espaciais e temporais do aqui e agora, ao invés disso molda-se pelas propriedades distintivas das mídias comunicacionais, por uma gama de aspectos sociais e técnicos (como angulações de câmera, processos de edição e pelos interesses e prioridades organizacionais) e por novas formas de interação tornadas possíveis pelas mídias.” (THOMPSON, 2008, p. 20).

[...] graças à mídia, aqueles que exercem o poder é que são submetidos agora a um certo tipo de visibilidade, mais do que aquele sobre quem o poder é exercido. Mas este novo tipo de visibilidade mediada é muito diferente do tipo de espetáculo que Foucault divisou no mundo antigo e no *ancien régime*. Pois a visibilidade dos indivíduos e ações é agora separada da partilha de um lugar comum e, portanto, dissociada das condições e limitações de uma interação face a face. (THOMPSON, 2014, p. 177, grifo do autor)

De fato, a relação de vigilância se alterou, quase que invertendo a relação entre público e Estado. No entanto, é necessário ter alguma cautela com essa afirmação, feita em meados dos anos 1990 – neste caso, é relevante observar as possibilidades que o chamado big data (o conjunto daquilo que fica armazenado na internet e nas redes) oferece aos governos se eles investirem em programas de garimpo de informações entre os dados disponíveis. Haja vista as revelações feitas, em 2013, pelo ex-técnico da CIA (agência de inteligência dos Estados Unidos) Edward Snowden³⁷. Ele denunciou a existência de um programa de vigilância maciça dos Estados Unidos, violando a privacidade dos cidadãos norte-americanos ao acessar seus dados armazenados em servidores de grandes empresas como Google, Apple e Facebook. As firmas são, respectivamente, o maior site de buscas do mundo, uma gigante no comércio de computadores e telefonia e a maior rede social do planeta. É possível que, diante disso, internautas mais precavidos passem a agir como os prisioneiros vigiados pela torre central. Quando Thompson elabora sua Teoria Social da Mídia, na primeira metade da década de 1990, redes sociais e big data ainda não faziam parte do cenário cibernético.

Voltemos para o conceito de visibilidade de Thompson, para avançarmos na reflexão sobre como esse novo regime se formou e de que maneira ele interfere nos debates do espaço público. Na perspectiva do inglês, o que circula para ser visto não se restringe à imagem no sentido estrito do termo (a foto, a ilustração, o frame congelado do vídeo) – esse conteúdo traz as marcas da era acústica de McLuhan, envolve o telespectador, o usuário, o indivíduo:

Ela [nova visibilidade] é moldada também pelo fato de que, na maioria das mídias comunicacionais, a visualidade não é uma dimensão sensória isolada, mas vem geralmente acompanhada pela palavra falada ou escrita – trata-se do audiovisual ou do textual-visual. Ver nunca é “pura visão”, não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais

³⁷ Snowden denunciou o programa de vigilância e teve a prisão decretada nos EUA. Atualmente, seu endereço é desconhecido, por segurança. G1, 2015. **Entenda o caso de Edward Snowden, que revelou espionagem dos EUA.** Disponível em <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/07/entenda-o-caso-de-edward-snowden-que-revelou-espionagem-dos-eua.html>>. Acesso em: 1 mai. 2015.

amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas. (THOMPSON, 2008, p. 21)

Thompson se ocupa mais das novas relações advindas dessa mudança que do mecanismo que a gerou. Diferentemente de Debord, ele passa longe das artimanhas espetaculares do capital – apesar de considerar que existe, sim, dominação em situações particulares (THOMPSON, 2014, p. 271). Não explicita preocupação com os conteúdos que circulam, preferindo destringer as consequências nas relações entre poder e sociedade – apesar de o regime de intimidade gerado pelo novo tipo de interação ser fútil diante das discussões políticas anteriores a ele. E, de maneira complementar, suas ideias trazem outras faces desse mesmo fenômeno (a preponderância da imagem na instância da imagem ao vivo).

A partir das tecnologias que permitiram a comunicação sem a necessidade da copresença, mudam as relações entre o que toca a membrana do visível e o que não a alcança – em outra perspectiva, estaríamos nos referindo ao que se torna imagem na instância da imagem ao vivo (BUCCI, 2002). Há dois aspectos a observar na relação que se cria entre o que é público (de domínio público) e privado (o que não é de domínio público ou o que não se refere a ele). Em primeiro lugar, o alcance da mensagem do governante se amplia muito, uma vez que ele e os súditos não precisam mais compartilhar o mesmo espaço físico – é o que acontece com a invenção da imprensa e do Estado nacional e o surgimento da esfera privada com as relações pessoais e familiares e também as organizações econômicas que operam no mercado. Surge daí uma das visões sobre essa cisão: “Um ato público é um ato visível, realizado abertamente para que qualquer um possa ver; um ato privado é invisível, realizado secretamente atrás de portas fechadas” (THOMPSON, 2014, p. 165). O segundo aspecto tem a ver com a visibilidade e invisibilidade do poder, uma vez que as atitudes do governante, antes circunscritas aos ambientes do palácio, passam a ser espalhadas por meio dos jornais. Se, por um lado, o poder proclama seus feitos e heroísmos, por outro, os críticos ao regime também passam a alcançar mais pessoas: “Limitar a invisibilidade do poder não torna o poder inteiramente visível: pelo contrário, o exercício do poder nas sociedades modernas permanece de muitas maneiras envolto em segredo e escondido da contemplação pública” (THOMPSON, 2014, p. 167). No caso, o interesse pela manutenção do poder tenta ditar as regras do que será (e do que não será) visto.

Na Teoria Social da Mídia, de Thompson, não encontramos uma discussão explícita sobre o conteúdo desses circuitos comunicacionais que ele analisa – ele busca explicar a mudança na transmissão de “conteúdos simbólicos” que, agora, prescindem da copresença e circulam como eventos “ao vivo”. Mas o que seria esse “conteúdo simbólico” está fora do foco deste trabalho do pesquisador inglês. Por isso, precisamos pontuar essa limitação no que se refere ao conceito de instância da imagem ao vivo utilizado neste texto: do ponto de vista que adotamos, a comunicação não segue o esquema emissor-mensagem-receptor. Na nossa opinião, é possível somar seus conceitos ao raciocínio em vez de confrontá-lo. Ao analisar e destrinçar os mecanismos pelos quais se dá essa nova visibilidade, Thompson nos auxilia a compreender de que maneira se configura essa outra fisionomia do espaço público – analisando-o do ponto de vista das Ciências Sociais (e não da Comunicação).

No espaço público dos eventos ao vivo, Thompson estuda a relação entre eleitores e políticos, complementando a visão de Debord sobre os indivíduos que personificam as vedetes do espetáculo e a de Khel sobre que tipo de celebridade surge na sociedade espetacular. Segundo Thompson, “os líderes políticos estão mais expostos do que nunca ao risco de suas ações e pronunciamentos serem transmitidos de uma maneira que contradiga as imagens que queiram projetar” (THOMPSON, 2014, p. 15). Ou seja, há mais exposição, mais publicidade, mas há também mais riscos aos poderosos. Partindo dessa nova fragilidade, aponta a gênese dos atuais escândalos políticos, classificados em três tipos: sexuais, financeiros ou de corrupção e “de poder”. Essa modalidade de visibilidade, cuja vigilância dos cidadãos beira a onipresença, tem alcance inédito mesmo que as imagens fornecidas sejam delimitadas pelo campo de visão do meio de comunicação ou da tela da máquina fotográfica ou do celular de um paparazzo: “O exercício do poder político se submete assim a um tipo de escrutínio global que simplesmente não existia antes”.

É como se uma lupa de aumento fosse apontada na direção dos líderes. Com o rádio e a televisão, eles não precisam mais gritar para serem ouvidos, dispensam os gestos exagerados que garantiam a visão até a última fila – o que os eleitores passam a ver são as nuances da voz e os detalhes dos movimentos, e isso cria um regime de intimidade inédito. Em alguma medida, as feições que ganham valor podem ser comparadas com as características humanizadoras das celebridades perseguidas pelos fãs. Como aponta Khel, “só que não se trata da visibilidade produzida pela ação política, mas da visibilidade

espetacular, que obedece a uma ordem na qual o único agente do espetáculo é ele mesmo” (KHEL, 2004, p. 49) – mudança com que Thompson concorda, sem mencionar Debord:

Perdeu-se, nesse processo, algo da aura, da “grandeza”, que encobria líderes políticos e instituições no passado, uma aura que foi sustentada em parte pela imparcialidade dos líderes e pela distância que mantinham em relação aos indivíduos sobre os quais governavam. Ganhou-se a capacidade de falar diretamente para um público, de aparecer diante dele em carne e osso como um ser humano com o qual seria possível criar empatia e até simpatizar, dirigir-se a ele não como público, mas como amigo. Em resumo, líderes políticos adquiriram a capacidade de se apresentarem como “um de nós”. (THOMPSON, 2008, p. 24)

2.5 Interação mediada *modificada*

Thompson publica “A mídia e a modernidade” pela primeira vez em 1995, antes da criação das redes sociais, em especial, do Facebook, lançado em fevereiro de 2004. Muitas mudanças ocorreram desde a metade dos anos 1990 até este 2016 – e com uma velocidade acelerada pelas novas tecnologias de registro de imagens (tanto fotos quanto vídeos) e redes de transmissão com alcance capilar. A Teoria Social da Mídia, de Thompson, não analisa as redes sociais, mas nos dá pontos de partida para a compreensão desse novo cenário por meio de seu conceito de interação mediada e sua consequência inescapável, a nova visibilidade. “As interações mediadas implicam o uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) que possibilitam a transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo, ou em ambos” (THOMPSON, 2014, p. 121). Além da interação mediada, o inglês categoriza ainda outros dois tipos de relacionamentos comunicacionais: a interação face a face e a interação quase mediada – este termo se refere às “relações sociais estabelecidas pelos meios de comunicação de massa” (livros, jornais, rádio, televisão etc.). Há dois aspectos que diferenciam as interações mediada e quase mediada. Enquanto a primeira é orientada para “outros específicos” e tem caráter dialógico, a segunda se destina a um número indefinido de receptores potenciais e é monológica.

Na nossa opinião, as dinâmicas que se estabeleceram com as redes sociais e os sistemas de comentários nos sites de notícias modificam a interação mediada – elas possibilitam que as mensagens cheguem a um “número indefinido de receptores”. Temos, portanto, uma interação mediada *modificada* – acrescentamos o último termo porque ela se mantém dialógica, mas não é orientada a “outros específicos”, ela traz uma característica

originalmente atribuída aos meios de comunicação de massa, a orientação a um público potencial. Vamos nos deter no exemplo da interação pelo Facebook, para ilustrar a interação mediada *modificada*: um usuário que publique uma foto, vídeo, link ou texto apenas para seu grupo de amigos não está orientando a mensagem a outro específico como na interação mediada, e, se extrapolarmos o alcance da rede social, esse tipo de conteúdo tem potencial indefinido de alcance, uma vez que os amigos dos amigos também poderão visualizá-lo e encaminhá-lo a outros. A não ser que uma comunicação seja feita em privado, pelo chat da rede social, a mensagem tem um alcance diferenciado daquele da interação face a face e da quase interação mediada. Então, ela não seria também uma quase interação mediada? Não, na nossa opinião, uma vez que nesse tipo de rede social a comunicação não é monológica, há sempre a possibilidade de uma réplica de quem viu. Nas redes, a interação é característica primordial – mesmo que alguns perfis pareçam pastores pregando em praça pública, numa atitude despreocupada com a audiência e falem a muitos, sem se importar com quem, eles não têm o caráter monológico dos meios de comunicação nem a intenção de transmitir o conteúdo a um grupo de outros o alcance de massa que a quase interação sinalizam que a intenção seja de um público potencial indefinido.

Esse novo modo de se comunicar, nessa interação mediada *modificada*, também tem sido utilizado por aqueles que não têm um canal de massa, mas querem ganhar a opinião pública. Exemplo disso é o grupo da Mídia N.I.N.J.A (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação). No caso, os ativistas parecem desejar ter o alcance dos meios de comunicação de massa, mas não possuem recursos – eles não têm uma equipe fixa de produção de matérias, uma concessão de rádio ou de TV nem estrutura de distribuição ou condições de imprimir seus jornais, revistas e livros. Independentemente da intenção no alcance da mensagem. Situações como a da Mídia N.I.N.J.A configuram-se interações mediadas de alcance indeterminado, e, portanto, *modificadas* – assim como alguém que publica a foto de um carro oficial estacionado em local proibido e a postagem se torna uma denúncia, ganhando o noticiário por causa dos milhares de compartilhamentos de que é alvo; ou uma instituição da sociedade civil que deseje colocar sua causa em evidência e promova campanhas entre seus simpatizantes. Quando ganham terreno nas redes sociais, esses assuntos acabam se tornando visíveis aos meios de comunicação de massa, que ainda pautam o interesse público – uma relação que, numa observação superficial, parece estar mudando à medida que os veículos se

dobram cada vez mais aos assuntos e debates das redes sociais na elaboração de suas pautas. Além das redes sociais, estruturas de comunicação, outras redes de informação mais difusas e mais capilarizadas, como os grupos em aplicativos como o WhatsApp³⁸, também passam a ser arenas de debates públicos³⁹ num teleespaço fragmentário e fragmentado, formando tribos⁴⁰, transformando o planeta em uma grande aldeia.

2.6 Massa de mídias

O que parece estar em curso é a transição da situação de mídia de massas para um cenário de massa de mídias⁴¹. Em grande medida, o avanço da tecnologia dos aparelhos móveis (tablets e celulares) e sua crescente popularização contribuíram para isso – a combinação do excedente cognitivo e do tempo de lazer de Shirky. Esses grupos que se formam, sem necessidade de compartilhamento do mesmo espaço e no mesmo tempo, geram um ambiente propício à participação segundo o norte-americano – e, por uma questão de escala, aumentam as possibilidades de surgimento de um conteúdo, uma solução, um produto de boa qualidade.

Expandir o nosso foco para incluir produção e compartilhamento nem sempre requer grandes alterações no comportamento individual para gerar enormes mudanças no resultado. O excedente cognitivo do mundo é tão grande que pequenas mudanças podem ter enormes ramificações no total. Imagine que tudo permaneça 99% na mesma, que as pessoas continuem a consumir 99% da televisão que costumavam consumir, mas 1% desse tempo seja destinado a produzir e compartilhar. (SHIRKY, 2011, p. 16)

³⁸ O WhatsApp é um aplicativo de troca de mensagens instantâneas que tem cerca de 700 milhões de usuários, segundo dados de janeiro de 2015.

³⁹ É o caso de grupos de articulação ou discussão política como o descrito na reportagem “Vinte dias num grupo de WhatsApp dos apoiadores do Bolsonaro”, de Diógenes Muniz. Com cerca de 170 integrantes, o grupo é território de livre circulação das ideias conservadoras e, muitas vezes, preconceituosas do deputado federal Jair Bolsonaro. É ali também que os integrantes se articulam para ações contra seus críticos e opositores, além de servir de confessionário sentimental. MUNIZ, Diógenes, 2016 **Vinte dias num grupo de WhatsApp dos apoiadores do Bolsonaro**. Disponível em <<http://ponte.org/vinte-dias-num-grupo-de-whatsapp-dos-apoiadores-do-bolsonaro/>>. Acesso em: 9 jun. 2016.

⁴⁰ Um exemplo são os grupos de pais e mães com filhos em idade escolar que se formam em abundância – e têm causado uma ou outra confusão nos ambientes familiares e escolares. A reportagem “Quem tem medo do WhatsApp?”, da revista Trip, conta um pouco das dores de participar dessa reunião de pais sem hora para começar ou acabar. BOCK, Lia, 2016. “Quem tem medo do WhatsApp?” Disponível em <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/quem-tem-medo-do-grupo-de-whatsapp-de-pais-da-escola>>. Acesso em: 9 jun. 2016. O jornal argentino Clarín registrou a iniciativa de um grupo de mães que criaram “manual” para o uso da ferramenta. LÓPEZ, Vanessa. **WhatsApp escolar: crean un “manual” para que el grupo de padres no sea una pesadilla**. Disponível em <http://www.clarin.com/sociedad/WhatsApp-escolar-manual-padres-pesadilla_0_1570043163.html>. Acesso em: 9 jun. 2016.

⁴¹ Expressão que a autora ouviu pela primeira vez de Pablo Capilé, no programa de TV “Roda Viva”, sobre Mídia N.I.N.J.A. TV CULTURA, 2013. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=vYgXth8QI8M>>. Acesso em: 5 ago. 2013.

Os grandes veículos de imprensa já estão se aproveitando dessa movimentação. Veículos de grande porte, como o portal UOL e o jornal impresso EXTRA, do Rio de Janeiro, estão abertos a contribuições da massa de mídias, seus leitores e internautas, em relatos enviados por WhatsApp, que tem mais de 70%⁴² do mercado no Brasil. No final de maio de 2015, o caso de uma menina de 12 anos, vítima de um estupro coletivo por três estudantes dentro do banheiro da escola, ganhou o noticiário⁴³ – o pontapé inicial foi a denúncia do caso por um professor, via o WhatsApp do UOL. Em 8 de março, data em que é comemorado o Dia da Mulher, houve um “panelaço”⁴⁴ em que a população (mais rica) manifestou seu descontentamento com o governo da presidente Dilma num protesto convocado pelo Facebook e pelo WhatsApp. Parece que essa nova configuração está nos levando – se é que ainda estamos no caminho e não no ponto de chegada – para a aldeia global sobre a qual escrevia McLuhan. Um ponto de atenção é o fato de o capital correr na mesma direção, para chegar na frente – a produção amadora conseguida a custo zero é empacotada e vendida ao preço de cliques e propagandas publicitárias. Nesse ponto, o otimismo de Shirky não se afina com a desilusão da crítica do espetáculo de Debord, que prevalece.

O crescimento dos múltiplos canais de comunicação e informação contribuiu significativamente para a complexidade e imprevisibilidade de um mundo já extremamente complexo. Criando uma variedade de formas de ação à distância, dando aos indivíduos a capacidade de responder de maneiras incontroláveis a ações e eventos que acontecem à distância, o desenvolvimento da mídia fez surgir novos tipos de inter-relacionamento e de indeterminação no mundo moderno, fenômenos cujas características e consequências estamos longe de entender cabalmente. (THOMPSON, 2014, p. 158)

O cenário traz consequências imprevisíveis, mas algumas transformações na maneira de informar e produzir conteúdo já estão sendo observadas – desde comunidades de fãs de um personagem como Harry Potter que se dedicam a criar novos textos, exemplo das possibilidades dos amadores na rede, até grupos de jornalistas profissionais, como o Jornalistas Livres⁴⁵, que se dedicam a fazer uma cobertura sem cobrar nada do público e sem

⁴² SOARES, Karla. **WhatsApp é líder no Brasil; americanos usam mais Facebook e Messenger**. Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/11/whatsapp-e-lider-no-brasil-americanos-usam-mais-facebook-messenger.html>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

⁴³ SOUZA, Marcelle. **Polícia investiga estupro de aluna em escola estadual em SP; há 3 suspeitos**. Disponível em <<http://educacao.uol.com.br/noticias/2015/05/18/aluna-e-estuprada-por-tres-estudantes-dentro-de-escola-estadual-em-sp.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

⁴⁴ ELY, Débora e GONZATO, Marcelo. **Convocado pelo WhatsApp, “panelaço” deve reforçar protestos contra Dilma**. Disponível em <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2015/03/convocado-pelo-whatsapp-panelaco-deve-reforcar-protestos-contradilma-4714769.html>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

⁴⁵ É um grupo de jornalistas que se formou no contexto das manifestações de março de 2015. Eles privilegiam reportagem e realizam coberturas de forma voluntária. Têm página no Facebook e perfil na plataforma Medium. JORNALISTAS

ligação com qualquer veículo da chamada grande mídia. Também mudam as formas de organização, que, se valendo das redes sociais, ganham eficiência – exemplos internacionais estão ligados aos eventos da Primavera Árabe ou dos Indignados (15M) da Espanha.

Com essa variedade de agentes com visibilidade nos ambientes públicos virtuais, as discussões se multiplicam nessas arenas comuns, modificando também a configuração do espaço público (HABERMAS, 1964, p. 52), que se torna fragmentado e fragmentário – tomando a forma de um mosaico, comparação que McLuhan utilizava para definir o cenário da era da eletricidade. Para compreender melhor a formação desse espaço público mosaico, é preciso retomar a ideia da passagem da imprensa escrita para a falada e televisionada. Surge um telespaço público com a televisão, uma vez que “a instância da imagem ao vivo reordena o espaço público e funda um novo” (BUCCI, 2002, p. 30), um espaço público⁴⁶ de ubiquidade e visibilidade totais. Como dito, no caso do Brasil, a televisão *se torna* um novo espaço público.

O campo de visão “ampliado espacialmente” e “alargado temporalmente”⁴⁷ coloca os políticos em uma espécie de escrutínio global. Há tantas pessoas com câmeras a registrar de um tudo que aumentam as possibilidades do flagrante de algum escândalo político, para além das investigações e apurações profissionais da imprensa. Por outro lado, abre possibilidade de trazer à tona causas e lutas e interesses de movimentos sociais e outros setores da sociedade.

Conquistar visibilidade pela mídia é conseguir um tipo de presença ou de reconhecimento no âmbito público que pode servir para chamar a atenção para a situação de uma pessoa ou para avançar a causa de alguém. Mas, da mesma forma, a inabilidade em conquistar a visibilidade

LIVRES, 2015. **Somos jornalistas livres**. Disponível em <<https://medium.com/jornalistas-livres/n%C3%B3s-somos-jornalistaslivres-651d193d664>>. Acesso em: 8 mai. 2015.

⁴⁶ “Portanto, o espaço público, espaço social gerado pelas instituições mediáticas, hegemônicas diante das outras instituições na função de hierarquizar conceitos e valores, é presidido pela instância da imagem ao vivo. É um espaço telepresencial, televivencial, televisível, televisual: telespaço público. Nele, os padrões de lugar e de tempo se alteram, abandonando a geografia e a cronologia como suas referências principais.” (BUCCI, 2006, p. 4).

⁴⁷ “O campo da visão é ampliado espacialmente e pode também ser alargado temporalmente: uma pessoa pode testemunhar ‘ao vivo’ eventos que acontecem em lugares distantes, isto é, no momento em que ocorrem; uma pessoa pode ainda testemunhar eventos distantes ocorridos no passado e que, graças à capacidade de preservação do meio, podem ser reapresentados no presente. Além do mais, essa nova forma de visibilidade mediada não é mais tipicamente recíproca. O campo de visão é unidirecional: aquele que vê pode enxergar pessoas que estejam distantes e que são filmadas ou fotografadas, mas estas últimas não podem vê-lo, na maioria dos casos. Pessoas podem ser vistas por muitos observadores sem que elas próprias sejam capazes de vê-los, enquanto os observadores são capazes de ver à distância sem serem visto por elas.” (THOMPSON, 2008, p. 21).

através da mídia pode condenar uma pessoa à obscuridade – e, no pior dos casos, pode levar a um tipo de morte por desaparecimento. (THOMPSON, 2008, p. 36)

Na instância da imagem ao vivo, navegam imagens como signos, como mercadorias exigindo dos participantes do jogo democrático outras habilidades de apreensão e compreensão do que está circulando. Há um limite inegável se tratarmos da imagem como signo, da imagem mercadoria: ela nos atinge em níveis inexplicáveis nos termos da racionalidade, nossa psique e, se fôssemos recorrer a algum tipo de educação para esses tempos, precisaríamos incluir algo como o bolsa-terapia. Mas este texto não é sobre psicanálise, e sim sobre comunicação. Nossa intenção é refletir, a partir do conceito de *media literacy* (LIVINGSTONE, 2003), se outros recursos seriam necessários para a compreensão mais crítica desse contexto comunicacional.

2.7 Visualidade e letramento

Diante da sociedade do espetáculo, dominada pela imagem, parece-nos pertinente refletir sobre que recursos seriam necessários para a compreensão crítica do mundo ao nosso redor, esse mundo mediatizado. Tentamos, por isso, empreender uma cadeia de pensamento que nos leva um pouco para a área da Educação, com o conceito de letramento (talvez o termo em inglês, *literacy*, seja mais familiar na Comunicação). Ficamos com a educadora brasileira Magda Soares:

[...] letramento é, na argumentação desenvolvida neste texto, *o estado* ou *condição* de indivíduos ou de grupos sociais de sociedades letradas que exercem efetivamente as práticas sociais de leitura e de escrita, participam competentemente de eventos de letramento. O que esta concepção acrescenta [...] é o pressuposto de que indivíduos ou grupos sociais que dominam o uso da leitura e da escrita e, portanto, têm as habilidades e atitudes necessárias para uma participação ativa e competente em situações em que práticas de leitura e/ou de escrita têm uma função essencial mantêm com os outros e com o mundo que os cerca formas de interação, atitudes, competências discursivas e cognitivas que lhes conferem um determinado e diferenciado *estado* ou *condição* de inserção em uma sociedade letrada. (SOARES, 2002, p. 145, grifos da autora)

É um tema espinhoso e um território movediço. Mesmo entre os educadores, há divergências sobre o que é o letramento – alguns apontam que ele é a própria prática da leitura e da escrita, outros que ele se refere às práticas sociais relacionadas –, mas se admite que ele é um ato do conjunto da sociedade em contraposição à alfabetização, que é individual (SOARES, 2002, p. 144). Se na área da Educação, em que surgiu, não há consenso, não haveria de ser na Comunicação que isso aconteceria. Estudiosa dedicada ao tema no campo da mídia, a inglesa Sonia Livingstone tem trabalhado com conceitos de letramento para a mídia (em alguns textos em português, mantém-se a expressão em inglês *media literacy*). O plural em Livingstone não é casual – assim como não o é em Soares –, uma vez que um conjunto diferente de habilidades e atitudes é necessário para cada situação.

Para ter uma ideia, Soares diferencia o letramento da escrita em papel do letramento no texto na tela, que pode ser tanto um texto recheado de conexões com outros textos, *hyperlinks*, quanto uma porção de letras juntas, distribuídas em parágrafos. Livingstone convoca letramento visual para as imagens, audiovisual para vídeos, assim como propõe um letramento para games, um para a internet e ainda outro para as redes sociais. A inglesa parte de um conceito bastante claro de *literacy*: “Letramento para a mídia – na verdade, letramento de modo mais geral – é a habilidade de acessar, analisar, avaliar e comunicar mensagens em diversas formas”⁴⁸ (LIVINGSTONE, 2003, p. 6). As quatro capacidades colocadas pelo letramento para a mídia vieram da literatura, da capacidade de compreender e construir textos escritos. Ora, se estamos a investigar a imagem e, nesse percurso, ela tem sido colocada em analogia com a palavra escrita, como se a primeira fosse algum tipo de herdeira da segunda, consideramos pertinente manter o termo letramento em vez de literacia, também possível na língua portuguesa.

Quanto mais letramento, mais crítica é a audiência. Em uma extensa pesquisa sobre o comportamento de crianças e adolescentes na internet, a UK Children Go Online, chegou-se à conclusão de que os nativos digitais não possuíam letramento avançado como julgava o senso comum – eles faziam uso limitado do computador e das possibilidades existentes. A condição socioeconômica das crianças e dos adolescentes também exerce influência sobre o uso desse meio: quanto mais pobres, mais restritas são as dinâmicas que se instauram.

⁴⁸ Texto original em inglês: Media literacy – indeed literacy more generally – is the ability: ‘to access, analyse, evaluate and communicate messages in a variety of forms’. (LIVINGSTONE, 2003, p. 6).

Ser capaz de usar a internet é de pouca valia em si. Ou melhor, seu valor está nas oportunidades que abre, assim como as histórias dos debates sobre a literacidade no impresso são fundamentalmente debates sobre a forma, a inclusão e os propósitos da participação pública na sociedade (Freire & Macedo, 1987; Luke, 1989). (LIVINGSTONE, 2011, p. 32)

É com essa perspectiva do letramento que esta dissertação pretende trabalhar, a perspectiva de empoderamento do internauta, do leitor, do consumidor (de imagens). Seria possível discutir um letramento visual voltado para a imagem que estudamos neste trabalho? De que maneira os cidadãos, os leitores, os espectadores podem enfrentar as imagens com crítica, se as imagens nos atingem no nível psíquico, se ela fala ao nosso desejo? Mesmo os que sabem ler, ou seja, aqueles com acesso às palavras e à escrita, não estariam completamente capacitados para a compreensão, não possuem letramento. Para a filósofa brasileira Olgária Matos, estamos assistindo ao aparecimento de um novo tipo de analfabeto, o analfabeto secundário⁴⁹, uma categoria que surge a partir do que ela chama de “demagogia da facilidade”⁵⁰, impulsionada pela configuração da sociedade do espetáculo mesmo que ela não use a definição de Debord:

A educação retoma à condição de segredo, pois a mídia transmite uma cultura agramatical, desortográfica e iletrada; contorce reflexão em entretenimento, pesquisa em produção – dado o imperativo primeiro e último do mercado consumidor. Se, na perspectiva humanista, as disciplinas são formadoras, na “cultura de massa” elas são performáticas. (MATOS, 2006, p. 43)

O conjunto de ideias das três autoras, Soares, Livingstone e Matos, aponta para a necessidade de uma ação no terreno da educação para o avanço da crítica e da promoção da cidadania. Esse caminho ainda está por ser trilhado e, já de antemão, traz percalços pela natureza da empreitadas. Apesar de não estarmos usando seu conceito de imagem complexa, tomemos as palavras do espanhol Josep Català, sobre o que ele chama de alfabetização visual:

A escrita, em nossa civilização, se apoia basicamente sobre a transparência de sua materialidade, enquanto a imagem se baseia na necessidade de fazer que essa materialidade seja opaca, ou seja, que detenha o olhar em vez de deixá-lo passar rumo a outro lugar.

⁴⁹ “O ‘analfabeto secundário’ é um pseudoleitor: desconhece a história e o sentido do conhecimento, na tarefa mais árdua da humanidade que é, como escreveu H. Arendt, ‘humanizar’ a humanidade”. As instituições de ensino, em seu conjunto do primeiro grau à Universidade, produzem o ‘analfabetismo secundário.” (MATOS, 2006, p. 23).

⁵⁰ “A mídia não só prescinde da leitura como a torna *demodée*. Se a leitura dinâmica, rápida e por saltos, convém a um cartaz publicitário, é inadequada a escritos literários e científicos. Não obstante, sob aquela influência, a educação foi se impregnando com a demagogia da facilidade – com o que a indústria cultural banaliza tanto a formação dita superior quanto a de resistência, produzindo, segundo Adorno, uma espécie de ‘barbárie estilizada’. O filósofo critica a indústria cultural não por ser democrática, mas por não o ser, pois a luta contra a cultura de massa só pode ser levada adiante se mostrada a conexão entre a cultura massificada e a persistência da desigualdade social.” (MATOS, 2006, p. 43).

Enquanto aprender a ler significa aprender a apagar o suporte material do escrito para internalizar e automatizar seus mecanismos simbólicos, *aprender a ver implica tornar visível a materialidade do figurado para construir sobre ele uma nova simbologia*. Trata-se de dois mecanismos cognitivos antagônicos, embora ambos confluam para um processo de conhecimento parecido. (CATALÀ, 2012, p. 15, grifo do autor)

Tamanha é a complexidade do processo, que paramos por aqui nessa discussão exploratória a fim de deixar uma porta aberta para futuras pesquisas e reflexões.

Capítulo 3: Imagem da multidão e a multidão em imagem

Era muita gente, era tanta gente que foi irresistível. Havia manifestante, havia vândalo, havia Black Bloc. As imagens eram das boas, daquelas impossíveis de ignorar – as telas viraram centros de gravidade destas cenas: pessoas andando pelas principais avenidas de São Paulo, briga e quebra pau entre manifestantes e polícia, entre manifestantes e manifestantes, entre Black Blocs e os signos do capital e da autoridade. Essas fotos, esses vídeos vinham de diversas fontes, mas, principalmente, de gente comum com um celular em punho.

É certo que a dimensão dos protestos de junho de 2013 foi decisiva para que esse time de imagens entrasse em campo. Tempo e espaço foram ocupados nas telas por meio dos telejornais, dos sites e das redes sociais. A imagem da multidão parecia convidar mais pessoas a se juntar ao rio de gente. E, quanto mais manifestantes nas ruas, mais sedutora ficava a imagem, melhor ela comprovava que a ebulição estava acontecendo e que, lógico, não se podia estar fora disso. Não que esse jogo de sedução e conquista (imagens que fazem boa propaganda às causas e causas que rendem boas imagens) seja novidade na tessitura de grandes movimentos ou comoções populares, principalmente depois que fatos e acontecimentos passaram a ser veiculados em fotos nos jornais e em registros audiovisuais após a invenção e popularização da TV.

É nessa simbiose entre os corpos nas ruas e as presenças nas redes que parece residir uma fresta pela qual podemos enxergar esse fenômeno. Multidão em imagem. Dessa vez, as pessoas diante da tela de seus computadores e celulares também foram às passeatas. Essa multidão, de algum jeito, também acontecia *em* imagem, na instância da imagem ao vivo (BUCCI, 2002, p. 20). Os acontecimentos de 2013 fizeram uma barulheira em uma das faces mais visíveis da instância de Bucci, as redes sociais – e usamos a barulheira, o ruído, o sentido da audição para não nos perdermos da perspectiva daquela imagem de McLuhan, que, acústica, nos envolve, que é ela própria representação e desejo. Imagem que é alicerce, instrumento e produto da mídia ao mesmo tempo.

Neste capítulo, vamos discutir como se formou a imagem da multidão, quais as razões que levaram as pessoas às ruas, em que encadeamento os fatos construíram essa narrativa

cujo vulto não se via desde o impeachment em 1992. Também vamos refletir sobre como a multidão aconteceu *em* imagem, como a hashtag #vemprarua.

3.1 Por que um mar de gente foi às ruas

A sequência de protestos, chamados de “rebeliões de junho”⁵¹, “jornadas de junho”⁵², “acontecimentos de junho”⁵³, foi convocada pelo MPL (Movimento Passe Livre). Passeatas em sua maioria, as movimentações ganharam a cidade mais rica do país, São Paulo, e sua iconográfica Avenida Paulista. Muitos dos textos de análise trazem a sensação de surpresa que os protestos de 2013 causaram (ROLNIK, 2013, p. 8; VAINER, 2013, p. 35), além da sua importância na história recente do país (GOHN, 2014, p. 10). No entanto, quando os autores começam a enumerar possíveis causas e influências, percebe-se que terreno⁵⁴ era fértil e a semente, boa.

O conjunto de fatores que alimentaram a situação passa, na leitura dos autores consultados para esta dissertação, pelo desgaste do “modelo de desenvolvimento urbano neoliberal” (ROLNIK, 2013, p. 9). E, no caso dos atos de 2013, há um agravante, uma crítica às políticas petistas que proporcionaram ampliação do consumo. Nas palavras da urbanista Ermínia Maricato, “as cidades são o principal local onde se dá a reprodução da força de trabalho. Nem toda melhoria das condições de vida é acessível com melhores salários ou com melhor distribuição de renda”. São os tempos do “precariado”⁵⁵. Compõe também esse quadro a percepção de que os estádios da Copa das Confederações, que aconteceu no Brasil naquele ano, eram erguidos para as camadas mais ricas da população, e os grupos mais pobres não teriam acesso a esse espetáculo a não ser através das telas. Naquele ano, havia um histórico recente de manifestações com pautas heterogêneas e eventos pontuais, como as greves dos operários que construíam os estádios e grandes obras, como a Usina Jirau, em

⁵¹ ANTUNES, Ricardo e BRAGA, Ruy. **Os dias que abalaram o Brasil, as rebeliões de junho**. In: R. Pol. Públ., São Luís, Número Especial, v. 18., pp. 41 a 47, julho de 2014.

⁵² SECCO, Lincoln. **As Jornadas de Junho**. In: Cidades Rebeldes. Boitempo, 2013, p. 71.

⁵³ SINGER, André. **Brasil, junho de 2013: Classe e ideologias cruzadas**. In: Novos Estudos, ed. 97, pp. 22-40.

⁵⁴ “Uma fagulha pode incendiar uma padaria, dizia Mao Tse-Tung. Ora, qualquer esforço de análise que pretenda examinar os processos em curso desde uma perspectiva histórica deve dirigir seu olhar não para a fagulha que deflagra o incêndio, mas para as condições da pradaria que, estas sim, explicam por que o fogo pode se propagar. A pradaria, como agora se sabe, estava seca, pronta para incendiar-se.” (VAINER, 2013, p. 36).

⁵⁵ Segundo GOHN (2010, p. 140), “precariado” é “a nova denominação que está sendo dada aos cidadãos deste novo século, os filhos de uma sociedade precária onde impera a desigualdade social e econômica, onde há perda de direitos sociais e políticos, exclusão de imigrantes etc.”.

Rondônia, entre 15 de março e 11 de abril de 2011 (ANTUNES e BRAGA, 2014, p. 44). Havia, ainda, as influências do cenário internacional com os movimentos de massa que ocuparam espaços nas cidades, como a Primavera Árabe, os 15M da Espanha e a série de protestos sob a etiqueta “Occupy”. Em comum, essas manifestações tinham a alta participação dos jovens que se comunicavam pelas redes sociais e também por meio delas eles visibilizavam seu descontentamento. No entanto, elas apresentavam “forte conteúdo nacional, dirigem as reivindicações à realidade de cada país” (GOHN, 2014, p. 140). Foi esse o campo de secas pradarias em que riscaram o fósforo, quando decidiram aumentar a tarifa de ônibus⁵⁶.

Apesar de o tema ser mobilizador, não foram os trabalhadores (os mais prejudicados), os primeiros a irem para as ruas. Quem puxou esse cordão foi o MPL (Movimento Passe Livre), formado por estudantes em sua maioria, nos primeiros dias daquele junho. A constituição do MPL remonta a 2003 e, desde o início, sua bandeira é a mesma: transporte público gratuito, para todos. Eles entendem que a mobilidade, principalmente nos grandes centros, é um direito. Não querem participação na política tradicional, estimulam e promovem a ação direta convocando jovens e trabalhadores para pressionar as autoridades em nome desse objetivo simples, direto e pontual: a tarifa zero⁵⁷. Não se sabe quantos integrantes eles têm no país, mas parece que não são muitos. Em junho de 2013, o movimento contava com 20 membros regulares ou orgânicos, que cuidavam das convocações e da organização dos protestos, e outros 35 apoiadores que orbitavam ao redor do núcleo. A filiação ao grupo depende da participação em reuniões semanais e de outros eventos promovidos pelo MPL (GOHN, 2014, p. 48).

Vamos nos aproximar um pouco do MPL, para entender sua constituição, por meio de descrição feita por Marcelo Pomar, historiador e cofundador do MPL; Pablo Ortellado,

⁵⁶ “Aqueles que se dedicam a analisar a dinâmica histórica das explosões sociais nas periferias das grandes metrópoles brasileiras conhecem o potencial mobilizador do transporte coletivo. Afinal, se os reajustes dos preços dos alimentos, dos aluguéis e dos serviços, por exemplo, acontecem de forma fragmentada, diluindo-se ao longo dos meses, o reajuste da passagem de ônibus, pelo fato de ser uma tarifa regulada politicamente, acontece de uma única vez, atingindo a massa de trabalhadores ao mesmo tempo. Assim, em junho de 2013, observamos, tendo a cidade de São Paulo como epicentro político, a revolta contra os reajustes alcançar uma escala nacional.” (ANTUNES e BRAGA, 2014, p. 45).

⁵⁷ “O MPL não tem fim em si mesmo, deve ser um meio para a construção de uma outra sociedade. Da mesma forma, a luta pela Tarifa Zero não tem um fim em si mesma. Ela é o instrumento inicial de debate sobre a transformação da atual concepção de transporte coletivo urbano, rechaçando a concepção mercadológica de transporte e abrindo a luta por um transporte público, gratuito e de qualidade, como direito para o conjunto da sociedade; por um transporte coletivo fora da iniciativa privada, sob controle público (dos trabalhadores e usuários)”. MPL. **Carta de princípios do MPL**. Disponível em <<http://saopaulo.mpl.org.br/apresentacao/carta-de-principios/>>. Acesso em: 8 mai. 2016.

ativista e professor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo; Luciana Lima, ativista e mestre em Estudos Culturais pela Universidade de São Paulo; e Elena Judensnaider, ativista e socióloga, no livro “20 Centavos”, obra que, segundo os próprios autores, é “um misto de memória, história política e crônica jornalística”.

Um novo movimento toma forma, com uma forte característica comum – para o bem e para o mal: é constituído em sua maior parte por jovens que têm aversão aos meios institucionais, como os partidos políticos e a disputa de espaços de poder do Estado. São, assim, ao mesmo tempo, menos suscetíveis à corrupção moral das formas tradicionais do jogo político, mas também muitas vezes não dão a devida importância ao processo histórico, tendo pouca ou nenhuma “relação orgânica com o passado público da época que vivem” (Hobsbawm, 1995). No entanto, atuam politicamente na sociedade e impactam uma nova realidade no âmbito dos municípios. Articulam-se em rede, em relações de poder mais horizontais. Dominam novas técnicas, sobretudo associadas à tecnologia, e sua linguagem política é menos engessada, se comparada aos grupos tradicionais de organizações de juventude de esquerda. (JUDENSNAIDER, LIMA, POMAR, ORTELLADO, 2013, p. 14)

O MPL havia planejado uma intensa onda de protestos com curtos intervalos para junho de 2013. No começo do mês, as notícias davam conta apenas de um ou outro confronto. Propor tarifa zero era atitude de sonhadores⁵⁸, como os jovens devem, sim, ser. Acontece que esses jovens foram criados na era das telas, entendem a horizontalidade e a colaboração de um jeito que seus pais não conseguem alcançar. Adeptos pelo espetáculo, eles pareciam atender a esse condicionamento quando se colocavam frente às lentes para gerar imagens⁵⁹: queimavam catracas gigantes feitas de papelão, animavam as passeatas com grupos de percussão, ilustravam suas demandas com cartazes feitos a mão deixando de lado as faixas que costumam aparecer nos protestos sindicais. Em vez de usar carros de som, que geralmente carregam na carroceria lideranças políticas feitas astros de axé, os integrantes do MPL praticam o jogral. Essa comunicação na rua é peculiar: o texto que vai orientar os próximos passos da passeata ou do protesto é repetido por todos os presentes. Ao abrir mão

⁵⁸ COSTAS, Ruth. **Tarifa zero no transporte público: Como pagar a conta?**. Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160119_tarifa_zero_ru>. Acesso em: 10 jul. 2016.

⁵⁹ “Muitos dos jovens que respondem às convocações e vão às manifestações estão em fase de batismo na política. Os coletivos inspiram-se em variadas fontes, segundo o grupo de pertencimento de cada um. Como rejeitam lideranças verticalizadas, centralizadoras, também não há hegemonia de apenas uma ideologia ou utopia. O que os motiva é um sentimento de descontentamento, desencantamento e indignação contra a conjuntura ético-política de dirigentes e representantes civis eleitos nas estruturas de poder estatal, assim como as prioridades nas obras e ações selecionadas e seus efeitos na sociedade. O movimento acontece “em se fazendo” e não via grandes planos de organizações com coordenações verticalizadas. Há processos de subjetivação na construção dos sujeitos em ação. Cada um leva seu cartaz em cartolina; uma nova mensagem pode gerar uma decisão tomada no calor da hora, em cima da demanda-foco; sem carros de som, o batuque ou as palmas são utilizados no percurso das marchas, como já mencionado. Na estética individual, predomina o preto, máscaras de gás ou outras (como a de Guy Fawkes, do Anonymous), e eventuais piercings. Os ativistas também constroem seu “capital militante” (Bourgeois, 2008) antes, durante e depois das ações.” (GOHN, 2014, p. 432).

do trio elétrico, eles criam outra imagem, de uma experiência de participação e de compartilhamento.

A indignação correu ruas e telas no mesmo volume de imagens, protestos e opiniões. O percurso, no entanto, seguiu um roteiro imprevisto: esse movimento social contemporâneo, horizontal e de bandeira única, foi estopim para manifestação de uma indignação generalizada. E os dizeres dos cartazes, dos gritos de protesto e das reivindicações se diversificaram de tal sorte que as primeiras vozes se retiraram desse coro dando espaço a outros gritos, grunhidos e esperneios e ecos de indignação que seguiram inundando as páginas do Facebook e as ruas da capital paulista até este primeiro semestre de 2016, quando os cidadãos de verde e amarelo exigiam a saída da presidente Dilma Rousseff do cargo.

Junho de 2013 pôs em movimento uma particularíssima estética, podemos dizer “lúdica”, por mais desgastado e esvaziado que esteja esse adjetivo. Com suas linguagens corporais, ficou daquela explosão uma ordem de performances que parecia constituir não só uma modalidade estética, mas uma modalidade estética com sabores de um novíssimo esporte radical. Que não foi inventado em 2013 no Brasil. Claro que não. Esse esporte foi brotando gradativamente nas metrópoles a partir do final do século XX. Assim como uns praticam *skate* e outros andam de bicicleta em cima de falésias, agora desponta essa modalidade atlética de jogar coquetel molotov em soldados armados ou não. Assim como os surfistas desenvolvem suas técnicas acrobáticas imitando uns aos outros em vagas esportivo-culturais que incluem palavreados próprios, quase impenetráveis, trajes identitários e gestuais iniciáticos, os atiradores de coquetel molotov também se movem numa cultura específica segundo códigos identitários bem marcados. (BUCCI, 2016, p. 58, grifo do autor)

3.2 Breve histórico daquele mês de junho

As manifestações de 2013 tiveram como ponto inicial os protestos contra o aumento da tarifa de ônibus em duas importantes capitais brasileiras. No Rio de Janeiro, logo no primeiro dia do mês, com o valor passando de R\$ 2,75 a R\$ 2,95⁶⁰, e em São Paulo, no dia 2 de junho, com aumento de 20 centavos sobre a tarifa de R\$ 3. Ambos os prefeitos, Eduardo Paes (integrante do PMDB, Partido do Movimento Democrático Brasileiro) e Fernando Haddad (filiado ao PT, Partido dos Trabalhadores), planejavam subir os preços do transporte coletivo no começo daquele ano, mas não o fizeram atendendo a um pedido do Governo Federal, em nome de uma inflação menos alta e menos corrosiva à imagem da presidente Dilma Rousseff (filiada ao PT e aliada do PMDB) – inflação que pode ter potencializado a

⁶⁰G1. **Rio suspende aumento das tarifas de ônibus, trem, metrô e barcas.** Disponível em <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/06/apos-protestos-cai-tarifa-de-onibus-no-rio.html>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

insatisfação que se viu nas ruas⁶¹. Esse adiamento anunciado do aumento da tarifa deu aos movimentos sociais algum tempo de maturação e organização para os protestos que viriam. Não que eles tenham planejado ou previsto a dimensão que as passeatas viriam a adquirir. Fato é que o anúncio das passagens mais caras deu o claro sinal para iniciar a disputa que se estenderia por um mês e por todo o país.

Neste trabalho, vamos tomar por base as convocações feitas pelo MPL, antes de a indignação deslizar sobre outras insatisfações menos tarifárias. São sete “atos”. Os dois primeiros aconteceram em dias seguidos (6 e 7 de junho); o terceiro e o quarto, com intervalos de um dia (11 e 13 de junho). Na semana seguinte, os protestos com maior adesão foram nos dias 17, 18 e 20 de junho, quando a população se voltou contra a violência policial do dia 13. A partir de 21 de junho, o MPL anunciou que estava saindo da cena. A situação havia saído do controle: a reivindicação inicial, a tarifa zero ou a suspensão do aumento, deu lugar a outras demandas no decorrer dos protestos, demandas de muitos outros tipos e advindas de atores pouco esperados naquela “festa da democracia”, termo usado para definir as passeatas sem confronto com a polícia. Referências de nacionalismo vieram para as ruas. O “gigante”⁶² havia acordado e a turma do Passe Livre não sabia que ele era tão grande nem tão barulhento.

Façamos agora uma recapitulação mais detalhada daquele mês de junho. No dia 6⁶³, entre 2.000 (dados da Polícia Militar do Estado de São Paulo) e 6.000 (número da organização dos protestos) manifestantes foram às ruas na capital paulista. O protesto começou nos arredores da Prefeitura Municipal de São Paulo, entre a Praça Ramos e a Praça do Patriarca. A passeata “tomou” a Avenida 23 de Maio⁶⁴: seu integrantes atearam fogo em enormes catracas de papelão no meio da rua, imagens que ganhariam destaque nas páginas de entrada dos portais naquela noite e as primeiras páginas dos impressos no dia seguinte se outra imagem, mais espetacular, não viesse a acontecer. Não há como precisar se foi algum

⁶¹ “[...] a aceleração do custo de vida para os setores médios nos meses que precederam as manifestações poderia explicar, em parte, a insatisfação que acabou por se expressar nas ruas em junho. Sozinha a inflação não teria, a meu ver, potencial para fornecer o combustível dos protestos, mas ela pode ter potencializado as inúmeras críticas que os setores médios, tanto à esquerda quanto à direita, faziam ao lulismo, já aguçadas pelas difíceis condições de vida urbana, em particular nos quesitos mobilidade e segurança.” (SINGER, 2013, p. 34).

⁶² A palavra gigante refere-se ao país, retomando os versos do Hino Nacional que proclamam: “Gigante pela própria natureza/És belo, és forte, impávido colosso,/E o teu futuro espelha essa grandeza”. ESTRADA, Joaquim Osório Duque. Hino Nacional. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/hino.htm>. Acesso em: 10 ago. 2016.

⁶³ Jornal Nacional. **Manifestação contra o reajuste nas passagens fecha a Avenida Paulista**. Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2013/06/manifestacao-contra-o-reajuste-nas-passagens-fecha-avenida-paulista.html>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

⁶⁴ Passa Palavra. **Batalha no centro: primeiro grande ato contra a tarifa em São Paulo**. Disponível em <<http://www.passapalavra.info/2013/06/78554>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

ato de uma parte ou de outra que iniciou a violência. O rumo das matérias mudou, as outras imagens (de confronto entre policiais e manifestantes ou repressão da polícia) capturaram o olhar jornalístico naquela noite. Houve relato de 30 pessoas feridas. O Jornal Nacional transmitiu em tempo real cenas da pancadaria na noite do dia 6: a notícia acontecia enquanto o programa ainda estava no ar, e o repórter César Galvão contou o ocorrido, mostrando imagens do confronto do alto, do helicóptero. Dali para a frente, o roteiro se repetiria: gente na rua contra o aumento, passeata “pacífica” até que a polícia e os manifestantes entrassem em conflito.

O MPL já havia decidido que o enfrentamento pela tarifa zero seria intenso com protestos menores e intervalos mais curtos. Dentro dessa estratégia, os integrantes do movimento já haviam marcado outra manifestação, para sexta-feira, dia 7, um dia bem escolhido para atrapalhar o trânsito na capital paulista. A pancadaria da PM sobre os manifestantes seguiria como parte dos protestos, assim como as detenções em nome da manutenção da ordem. No sábado e no domingo, as imagens da luta campal entre policiais e manifestantes rodavam as redes sociais e o tom da cobertura reforçava a tese de que a polícia estava agindo a favor da ordem pública (LIMA, 2013, p. 92). Durante o fim de semana, os manifestantes tomaram fôlego para se reapresentar nas ruas no dia 10, quando mais um ato estava marcado. Os três primeiros protestos, os atos dos dias 6 (2.000 manifestantes), 7 (5.000) e 10 (5.000) compõem um primeiro momento dos acontecimentos de junho, que, até então, haviam sido tratados com desqualificação e descaso (GOHN, 2014, p. 22).

A criminalização dos movimentos foi a forma mais fácil que muitos dirigentes encontraram para responder à situação e revelar também um desconhecimento dos fatos que estavam se articulando. Buscava-se descaracterizar as reivindicações e gerar dúvidas e apreensão no público receptor das imagens e relatos dos conflitos. (GOHN, 2014, p. 22, grifo nosso)

Já no quarto ato contra o aumento da tarifa, parecia que o jogo estava dado e a derrota do MPL, certa. No dia 13 de junho, os dois mais importantes jornais do Estado amanheceram com editoriais duros: “Chegou a hora do basta”, conclamou o Estado de S. Paulo, e o diário Folha de S. Paulo dizia que era hora de “Retomar a Paulista”. Os textos, seguindo a toada de desmerecer o movimento e apontar os prejuízos no direito de ir e vir, cobravam respostas mais enérgicas do Poder Público. A PMSP (Polícia Militar de São Paulo) foi para as ruas no final daquele dia também com esse humor. Deu no que deu: muita gente apanhou, mesmo quem estava de longe, acompanhando ou trabalhando, caso de sete jornalistas da mesma

Folha de S.Paulo que havia pedido providências. Entre os ferimentos, o grande hematoma no rosto delicado da repórter Giuliana Vallone⁶⁵ virou um símbolo da truculência ao ser estampado na capa do jornal do dia seguinte. Ela contou que um policial mirou e atirou contra ela. No rosto. O fotógrafo Sérgio Silva⁶⁶ também atingido, perdeu a visão de um olho.

O jogo virou. A população, que até então parecia pactuar com a versão dos manifestantes como vândalos, não gostou do que viu nas imagens espalhadas aos quatro ventos pelos telejornais, pelas capas dos jornais e pelas redes sociais. A PMSP tinha ido longe demais. Aquele 13 de junho somou 241 detenções⁶⁷, 40 delas efetuadas antes mesmo de a passeata se iniciar no Theatro Municipal. Os policiais paravam os transeuntes e os revistavam e, nessas, alguns participantes, como o repórter da Carta Capital Piero Locatelli, foram detidos por porte de... vinagre. A substância ajuda a minimizar os efeitos do gás lacrimogêneo e, a essa altura, quem fosse aos protestos já garantia sua dose porque eles sempre acabavam com as bombas de gás. A pancadaria mesmo aconteceu à noite, nas ruas Consolação e Augusta, quando a polícia tentou impedir o avanço da passeata em direção à Paulista. Os manifestantes passaram a chamar o acontecido de “Batalha da Consolação”⁶⁸. O tom das manchetes do dia 14 destoava completamente dos editoriais do dia anterior. Na Folha de S.Paulo: “Polícia reage com violência a protesto e São Paulo vive noite de caos”. No Estadão: “Paulistano fica ‘refém’ de bombas em novo confronto”.

Um novo ato foi marcado para o dia 17 de junho, a próxima segunda-feira, saindo do Largo da Batata, em Pinheiros, zona oeste da capital paulista. Foi quando o tal “gigante” acordou: ao fornecer a imagem pela qual as câmeras procuravam, a mão forte do Estado pareceu ter-se esquecido de que o confronto não se dava em área periférica e o cassete não foi baixado sobre os pobres da periferia cuja voz (quase) nunca chegava às autoridades nos

⁶⁵ UOL. **Repórter da TV Folha é atingida no olho por bala de borracha durante protesto em SP.** Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/13/reporter-da-tv-folha-e-atingida-no-olho-por-bala-de-borracha-durante-protesto-em-sp.htm>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

⁶⁶ BERNAL, Maitê. **Cego por bala de borracha da PM, Sérgio Silva ainda espera justiça.** Disponível em <<http://ponte.org/cego-por-bala-de-borracha-da-pm-sergio-silva-ainda-espera-justica/>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

⁶⁷ UOL. **Em dia de maior repressão da PM, ato em SP termina com jornalistas feridos e mais de 240 detidos.** Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/13/em-dia-de-maior-repressao-da-pm-ato-em-sp-termina-com-jornalistas-feridos-e-mais-de-60-detidos.htm>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

⁶⁸ Houve quem comparasse a repressão de junho de 2013 com as batalhas da Rua Maria Antônia em 1968, como a Vice Brasil. In: LOPES, Débora. **A Batalha da Consolação.** Disponível em <http://www.vice.com/pt_br/video/batalha-da-consolacao>. Acesso em: 4 jul. 2016.

gabinetes em áreas mais centrais ou nobres da cidade. Os policiais desceram a mão sobre a classe média.

O uso desmedido da força atraiu a atenção e a simpatia do grande público. Inicia-se, então, a segunda etapa do movimento, com as manifestações de 17, 18, 19 e 20 de junho, quando alcança o auge. Agora outras frações da sociedade entram espontaneamente em cena, multiplicando por mil a potência dos protestos, mas simultaneamente tornando vagas as suas demandas. (SINGER, 2013, p. 25)

O país parou e foi às ruas protestar. A partir do dia 17, institutos de pesquisa começaram a aferir o tamanho das manifestações. Até então, os números divulgados eram da PMSP, sempre minguados e pouco acima de 5.000 pessoas. O Datafolha contabilizou 65.000 participantes naquele dia. A maioria de quem foi às ruas em 17 de junho, a data da Revolta da Salada ou Revolta do Vinagre, era composta de novatos (71%). O perfil da massa era eclético e destoava do homem médio brasileiro. Para ter uma ideia, 84% dos que estiveram nas ruas no dia 17 de junho não tinham partido de preferência, contra 47% na população, segundo pesquisa do Datafolha. Eram principalmente homens (63%), de até 25 anos (53%) e com nível superior de ensino, completo ou incompleto (77%). E estavam lá por diferentes motivações: para protestar contra o aumento da passagem (56%), contra a corrupção (40%), contra os políticos (24%), a favor da tarifa zero (14%), pela educação e pela saúde (2%).

Os próximos dias juntariam centenas de milhares de pessoas nas ruas, veriam conflitos entre grupos de manifestantes com bandeiras contrárias, numa espécie de catarse de multidões. Um dos momentos mais emblemáticos do descontrole dos manifestantes foi o ataque à sede da Prefeitura de São Paulo na noite do dia 18 de junho. O rapaz mais exaltado, Pierre Ramon Alves de Oliveira⁶⁹, com 20 anos à época, não estava paramentado como Black Bloc, a linha de frente das manifestações, responsabilizados pela maioria do quebra-quebra. Pelo contrário, vestia uma camisa do mais puro branco, visível até do alto do helicóptero da Rede Globo. Ele se destacou da multidão, ergueu uma das grades que faziam o isolamento do prédio público e tentou arrombar a entrada da Prefeitura. Os outros manifestantes deixaram-no por algum tempo – pudemos assistir a tudo isso em tempo real, na tela da Globo – e, então, começaram outros gritos que pediam protesto “sem violência”. Aos poucos, o rapaz saiu dali, e os manifestantes recolocaram a grade de isolamento e voltaram a clamar

⁶⁹ BERGAMIN JR, Giba e ARCOVERDE, Leo. **Jovem que atacou Prefeitura de São Paulo em protesto pede desculpas**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1298123-jovem-que-atacou-prefeitura-de-sao-paulo-em-protesto-pede-desculpas.shtml>>. Acesso em: 5 jul. 2016.

pela suspensão da tarifa. A Polícia Militar do Estado de São Paulo, que estava sob escrutínio público, demorou a chegar. Foi tenso. Um carro da rede de televisão Record que fazia transmissão ao vivo foi incendiado. Lojas no Centro de São Paulo foram saqueadas. Dias depois, o rapaz já identificado se apresentou à polícia. Chorou no depoimento e alegou ter reagido daquela maneira por causa de um spray de pimenta espirrado contra os manifestantes.

Os gritos nas ruas venceram: no dia 19 de junho, a tarifa volta a R\$ 3, num anúncio conjunto do prefeito Fernando Haddad e do governador Geraldo Alckmin, na sede do governo estadual. O sétimo grande ato, marcado para o dia 20 de junho, tornou-se um evento de comemoração para o MPL, que sairia de cena logo no dia seguinte. Mas o MPL não combinou isso com a plateia nas ruas: 20 de junho foi um dia em que o país parou, e cerca de 1 milhão de pessoas saiu para protestar (GOHN, 2014, p. 23). Em Brasília, a situação ficou mais que delicada. Foram mobilizados cerca de 3.500 policiais⁷⁰ para cercar o Congresso, que impediram a entrada dos manifestantes na Casa do Povo, mas não conseguiram evitar a depredação do Palácio do Itamaraty. O Jornal Nacional transmitiu em tempo real toda a quebraadeira em uma edição estendida do telejornal que começou às 16h e só foi interrompida depois das 21h. No dia seguinte, o saldo foi de toda sorte de depredação em pelo menos nove capitais. O MPL considerou a movimentação do mês de junho vitoriosa e, a partir do dia 21, saiu de cena e declarou que não convocaria mais atos de protesto. Mas o país já havia entrado em outra vibração⁷¹ e as manifestações seguiram.

3.3 Imagem da multidão

As manifestações, que no começo do mês eram lugar de vândalos desocupados, passaram a se tornar eventos obrigatórios para quem não estava de acordo com “tudo o que está aí”. Em uma análise do ponto de vista sociológico, a pesquisadora Ilse Scherer-Warren comenta a diversidade de grupos que observou: havia manifestantes de esquerda e de direita e um grupo que parecia estar ali para festejar (o protesto em si ou o batismo na praça pública).

⁷⁰ MELLO, Kátia. **GDF destaca 3,5 mil policiais para protesto na Esplanada**. Disponível em <<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2013/06/gdf-destaca-35-mil-policiais-para-protesto-na-esplanada.html>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

⁷¹ Nem mesmo o anúncio dos cinco pactos, pelo Governo Federal, foi capaz de acalmar as ruas. Versavam sobre saúde, educação, transporte, responsabilidade fiscal e reforma política, que incluiria o combate à corrupção. Desses anúncios surgiu o programa Mais Médicos, que contratou médicos cubanos para áreas com carência desse tipo de profissional.

Ela aponta cenários⁷² observados que exemplificam o comportamento do último grupo, aparentemente mais preocupado com a selfie a ser compartilhada nas redes sociais ao voltar para casa do que com as demandas por transporte público ou mudanças na política.

Foi um espetáculo, nos termos de Debord, mesmo com a participação direta nas ruas. Aliás, a participação direta também foi uma criação espetacular. A imagem da multidão mais se prestou a um significante que a uma experiência com significado (no sentido de ser uma construção política nos termos mais conhecidos da participação sindical ou partidária). A representação (imagem) da participação política nas ruas, com demandas em cartazes empunhados durante longas caminhadas, prestou-se à substituição da experiência vivida. A selfie no meio da passeata, com cabelo em ordem, na turma dos amigos, com a máscara do Guy Fawkes só valia o clique se compartilhada nas redes sociais. Já os Black Blocs⁷³ exibiram-se de outra forma: eles misturavam entre si, com os rostos sob uma espécie de máscara preta, um pano ou camiseta enrolados na cabeça, escondiam-se naquele significante, metade ninja, metade polícia, para combater os signos do capitalismo. Não exibir própria identidade foi a melhor maneira de garantir a visibilidade do significante como tal, e também foi um jeito de se preservar das punições aos atos de destruição. Mas a festa era a mesma.

A imagem de 100 mil pessoas caminhando por entre os prédios envidraçados dos bancos e das corporações na Faria Lima em direção à região da Berrini [no bairro do Brooklin, na região sul da cidade de São Paulo, é um ponto estratégico da cidade, próxima às grandes avenidas, onde está a estação de transporte coletivo Berrini] traduziu esse desejo em um clima festivo, onde incontáveis cartazes foram exibidos de forma totalmente espontânea por uma massa de jovens que cantava o tempo todo: “Se o povo acordar, eles não dormem!” “Não

⁷² “Porém, no Brasil, nossa democracia, ainda bastante emergente, dificulta a negociação democrática de grupos antagônicos, como os que estiveram presentes nas manifestações. Eles iam de uma esquerda mais radical, que busca mudanças mais sistêmicas, a uma direita conservadora, que busca proteção em direitos humanos, mas garantindo seu status quo, ou até propondo retrocessos em relação a políticas públicas de inclusão. Além de outros, que estavam lá pelo protesto em si mesmo, numa simulação de participação e, possivelmente, para alguns, com resultados políticos pouco expressivos para si mesmos ou para a sociedade. Ou, enfim, para outros, apenas para celebrar um momento significativo para sua futura memória histórica de participação política. Um exemplo significativo observado em Florianópolis (e, talvez, em outras cidades) pode ser ilustrado em três cenários ou momentos:

Cenário 1 – Jovens mobilizadas a comparecer às manifestações através de suas redes sociais na Internet. Produziram-se fisicamente muito bem para o evento público.

Cenário 2 – Na praça pública, buscavam a posição mais adequada fotograficamente e, com pose, solicitavam a uma amiga fazer a foto ou se autofotografavam (Selfie, conforme denominação corrente em inglês).

Cenário 3 – Ainda no evento ou no retorno para casa, imediatamente reproduziam e divulgavam, nas redes sociais, as fotos que registravam sua presença na manifestação, tentando marcar sua estreia na “praça pública”. Só o tempo dirá qual o impacto para o futuro desse tipo de participação cidadã.” (SCHERER-WARREN, 2014, p. 424).

⁷³ “Para algumas alas dos manifestantes Black Blocs, ela é uma tática, não é um movimento. Ela é defensiva, para proteger os manifestantes. Alega-se que em junho ‘eles’ vinham atrás do grupo de manifestantes e depois passaram a vir na linha de frente para proteger. Esse fato conferiria à violência uma legitimidade, é resposta, reação e não ataque. Argumentam que a depredação não é uma violência, mas é uma intervenção simbólica que atinge o cerne do capitalismo: a propriedade privada. Violência, para esses manifestantes, é ferir pessoas, e isso é o que a polícia faz.” (GOHN, 2014, p. 58).

adianta atirar, as ideias são à prova de balas!” “Não é por centavos, é por direitos!” “Põe a tarifa na conta da FIFA!” “Verás que um filho teu não foge à luta!” “Se seu filho adoecer, leve-o ao estádio!” “Ô fardado, você também é explorado!” “Oi FIFA, paga minha tarifa!”. (ANTUNES e BRAGA, 2014, p. 46)

Quando as manifestações ganharam volume, o significante da multidão deslizou do significado de crítica ao sistema, com propostas de fazer política de maneira mais horizontal e menos hierárquica para bandeiras de tons mais carregados à direita, com demandas genéricas⁷⁴ com as quais todos concordavam. Esse grito preso na garganta “contra a corrupção”⁷⁵, contra “tudo que está aí”, cujo conteúdo parecia importar menos que sua expressão, ganhou espaço, subiu de tom e nos deixou quase surdos neste primeiro semestre de 2016. Tem sido uma festa de arromba, com direito a selfie (aquele retrato de si mesmo tirado com o celular), a cartaz escrito de próprio punho (personalizando o desejo próprio, mas que não traduz, necessariamente, a demanda coletiva ao se somar às outras peças de cartolina) e à violência contra quem levantar uma bandeira partidária, sindical ou vermelha. Do vermelho e preto fomos ao verde e amarelo.

Uma das análises sobre a virada das manifestações atribui à imprensa um papel de relevância: foi ela quem “permitiu” a violência dos policiais militares contra os manifestantes e, depois, quando as balas de borracha atingiram os seus repórteres, foi ela também que visibilizou a violência e a colocou em um lugar de condenação. “Acompanhando seu mercado, a direita midiática se viu forçada a apoiar os manifestantes – mas com sua própria pauta. Por isso, o decisivo não foi a violência, tão *natural* contra os trabalhadores organizados, e sim sua *apropriação* pela imprensa” (SECCO, 2013, p. 74, grifo do autor).

A cobertura foi mudando durante o mês. Um exemplo que chamou a atenção foi a enquete realizada pelo programa Brasil Urgente, da Rede Bandeirantes, ancorado por José Luiz Datena. O telejornal, que é transmitido na faixa das 18h em tempo real, costuma apresentar matérias de casos policiais, com os comentários do polêmico apresentador. No dia 13 de junho, Datena comentava as manifestações (“Baderna eu sou contra, velho”) e havia pedido que a produção abrisse uma votação sobre os acontecimentos. Em tempo real, ele

⁷⁴ Folha de S.Paulo. **Retratos dos manifestantes em São Paulo**. Disponível em

<<http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/17163-retratos-dos-manifestantes-em-sao-paulo>>. Acesso em: 6 jul. 2015.

⁷⁵ “O fato é que, a partir do momento em que importantes setores de classe média foram para a rua, o que havia sido um movimento da nova esquerda passou a ser um arco-íris, em que ficaram juntos desde a extrema-esquerda até a extrema-direita. As manifestações adquirem, a partir daí, um viés oposicionista que não tinha antes, tanto ao governo federal quanto aos governos estaduais e municipais.” (SINGER, 2013, p. 34).

pediu para consultar os resultados (os votos estavam em 1.020 a favor e 895 contra) e comentou: “Até agora, a maioria – eu não sei se os caras entenderam bem, mas acha que esses protestos de quebrar tudo é legal”. Datena pediu para a produção explicitar que ele pedia a opinião sobre protestos violentos, com vandalismo. Ainda assim, a enquete manteve a diferença a favor dos manifestantes. Depois de alguma insistência sem resultado, o apresentador se rendeu (havia 2.321 votos apoiando as manifestações e 986 votos contra), mudou de opinião e arrematou com a afirmação: “Entre bandido e polícia, prefiro a polícia. Entre povo e polícia, prefiro o povo”. Datena sucumbiu.

Os jornais impressos ajudaram na compreensão das manifestações, principalmente, por organizarem os eventos em ciclos de um dia, apresentando uma espécie de resumo diários dos acontecimentos. Os telejornais ficaram reféns das transmissões em tempo real, e os espectadores acompanhavam os fatos do alto, do ponto de vista do cinegrafista no helicóptero, ou de alguma localização cuja visão definisse multidão. Poucos repórteres estavam no campo, minado para os maiores veículos nacionais, chamados pelos manifestantes de “imprensa golpista”, ela também alvo de protestos e violências. Nos jornais, havia mais chance de proximidade com a violência, tanto da polícia quanto dos manifestantes: os fotógrafos (contratados e os muitos freelancers das agências) estavam sempre atrás do fato, queriam uma imagem de perto. As emissoras de TV e seus equipamentos tinham mobilidade reduzida no cenário.

3.4 A gente se vê na Globo?

Não foram apenas as redes sociais que saíram dos eixos em 2013. As emissoras de TV, como a Globo, também se viram diante de tantos imprevistos que deixaram de lado o roteiro predefinido e se entregaram às transmissões em tempo real para não ficar para trás. Por um motivo semelhante, pela rapidez e fluidez, sinais do nosso tempo, algum tipo de análise sobre a cobertura de 2013 é necessário, ainda que sob o risco de precipitação ou parcialidade pelo frescor dos fatos. Isso se torna ainda mais visível quando se listam as manifestações que se seguiram às de 2013 e as quais ainda ocorrem em 2016 enquanto este texto é finalizado. A fissura que aqueles acontecimentos provocaram é que nos permite tentar, com tão pouco distanciamento de tempo, enxergar o estado do cenário da comunicação. Foi

quando a instância da imagem ao vivo se mostrou com alguma nitidez. Boa parte das manifestações aconteceram nela (MALINI, 2013; GOHN, 2014; BUCCI, 2016). Sendo a televisão⁷⁶ soberana quando se trata de audiência em larga escala no país, é preciso deitar nosso olhar sobre a produção da TV Globo. Ela é a maior emissora do país, chegando a 5.479 municípios brasileiros (98,37% do total) e alcançando 99, 37% da população do país. Inaugurada em abril de 1965, a TV é o mais importante negócio do Grupo Globo, que aglomera, ainda, sistema de rádio, sites de notícias e de busca de imóveis, gravadora e distribuidora musical, jornais e revistas. O Jornal Nacional, por sua vez, é praticamente sinônimo de telejornalismo no país.

A história do JN começa em 1º de setembro de 1969, quando estreia às 19h45, apresentado por Hilton Gomes: “O Jornal Nacional da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o Brasil”. Cid Moreira, seu companheiro de bancada que seria o apresentador do programa até 1996, complementou: “Dentro de instantes, para vocês, a grande escalada nacional de notícias”. A extensão continental do Brasil ganhava outro território, unificado na tela da Globo. Entrava no ar o primeiro programa jornalístico com abrangência e transmissão nacionais. O processo de integração nacional era importante para a ditadura civil-militar em curso no país. Foi a junção da fome com a vontade de comer: os militares no comando do Executivo entendiam a necessidade de um amálgama da opinião pública no país enquanto as organizações da família Marinho buscavam vantagem para superar as já estabelecidas TV Excelsior e Tupi – objetivo alcançado com o apoio técnico, financeiro e de profissionais do grupo norte-americano Time-Life. Segundo a pesquisadora Fernanda Mauricio Silva (2011, p. 245), “o fato de ser uma concessão pública não a levou à busca pela imparcialidade política, mas a uma adesão ao governo militar vigente no período em que a rede nasceu e se firmou no cenário nacional”. Ser “nacional” atendia, ainda, ao interesse de um importante patrocinador na época, o Banco Nacional. Havia, portanto, uma confluência de fatores para o sucesso do produto: o projeto de identidade nacional planejado pelos militares, a forte influência da publicidade e pretensão de hegemonia da emissora. O mercado cultural brasileiro também estava favorável tanto em termos de infraestrutura (Embratel) como em termos sociais, uma

⁷⁶ Para ter uma ideia, segundo um estudo do Target Group Index, a televisão chega a 98% da população. Ou seja, a tela da TV é a face mais palpável da instância da imagem ao vivo no Brasil.

vez que, naquela fase, a Indústria Cultural havia passado a ser “um lugar privilegiado de mediação do Estado em suas relações com a sociedade civil”, segundo Lopes (2005, p. 27).

O Jornal Nacional exerce importante função no binômio sob o qual a produção da Globo se estabelece, teledramaturgia-telejornalismo. “As novelas exerceram uma função capital. Foram elas que infundiram nos brasileiros o hábito de ver TV” (BUCCI, 2004, p. 224). Os telejornais ocupam os intervalos entre uma peça de ficção e outra. Esse dueto (ficção-notícia) ocupa o pódio dos rankings de audiência no horário nobre, período que vai das 20h às 22h30, mostrando-se como fórmula imbatível nesses 50 anos de existência da emissora. Há certa simbiose entre os dois tipos de produto que, por vezes, parece ajudar uma espécie de troca de sinais: “Se em seus telejornais a Globo procurou uma postura de alinhamento político assumido pelo dirigente da emissora, Roberto Marinho, na dramaturgia e em outros produtos jornalísticos, a emissora apostava na ousadia de autores de esquerda” (SILVA, 2011, p. 245). Bucci (2004, p. 225) sintetiza: “telenovela e telejornalismo pactuam entre si uma divisão de trabalho para a consolidação discursiva da realidade”.

“A gente se vê por aqui” foi slogan da TV Globo entre os anos de 2004 e 2011. Uma “assinatura”, como dizem no mercado publicitário, que diz muito sobre a emissora. A televisão é, sim, um lugar de encontro. Desde 2011, a frase mudou para “A gente se liga em você”, com a intenção de “demonstrar que a emissora está atenta com os anseios de seus telespectadores”⁷⁷, de que está atenta às movimentações da audiência. Foi o que aconteceu durante a cobertura das manifestações de 2013. O Jornal Nacional foi ampliando o espaço sobre o tema em suas edições de junho, culminando com uma transmissão de 81 minutos sob o rótulo de “Edição do dia 20 de junho” na plataforma de vídeos Globo Play. Naquele dia, Patrícia Poeta, que dividia a bancada com William Bonner no Jornal Nacional, havia entrado no ar, em tempo real às 16h. Com matérias indo ao ar praticamente sem edição, a Globo havia se transformado em uma janela para as ruas por onde os telespectadores acompanhavam os protestos. Ela estava ligada no espectador, cujo perfil havia mudado bastante desde o final dos anos 1960.

Os protestos de 2013 demonstraram que os manifestantes estavam de posse de um saber intuitivo, coletivamente compartilhado, a respeito da administração da própria imagem diante das lentes e dos holofotes. Todos se mostravam fluentes na língua do entretenimento, que é

⁷⁷ PARENTE, Ediane. **O novo slogan da Globo**. Disponível em http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2011/04/25/20110425globo_muda_seu_slogan.html. Acesso em: 10 ago. 2016.

a língua materna das novas massas. Os manifestantes e, de resto, as multidões de adolescentes em qualquer situação, sabem tanto sobre esses códigos quanto os supostos profissionais da mídia. O saber não distingue uns e outros, mas os amarra a um todo. Somos a sociedade que sabe gravar, recortar e editar imagens como sabe falar. (BUCCI, 2016, p. 59)

As manifestações de 2013 ofereceram um momento único na história do telejornal. Naquele dia 20, Bonner e Poeta não puderam fazer a síntese do dia para o telespectador e cumprir a missão do programa, “mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção” (BONNER, 2009). O Jornal Nacional não mastigou os fatos para entregá-los ao seu público. Pela gravidade e abundância de acontecimentos, a equipe do programa deixou de lado o cálculo e a edição dos 33 minutos de duração média diária para se entregar à alternância das câmeras em diferentes cidades onde fosse possível mostrar os protestos em estado bruto. Os âncoras do Jornal Nacional alternaram o papel de maestros das entradas dos repórteres com o de comentaristas (despreparados) dos fatos que desfilavam em suas telas.

Bonner “criticou” os manifestantes com rosto coberto: “A gente identifica logo essa minoria, porque as pessoas que estão na rua para brigar por saúde, por educação, por um transporte mais digno ou contra a PEC 37, essas pessoas não precisam cobrir o rosto. Quando aparece alguém com uma máscara ou com um pano. É. Isso deve querer dizer alguma coisa. E aí acaba virando bagunça. São os tais infiltrados que querem provocar tumulto”⁷⁸. Ele também deu “orientação” para quem estivesse nos protestos e quisesse se manter fora de confusão: “Hoje circulou nas redes sociais uma informação interessante. Parece que na Argentina, quando vândalos começaram a depredar prédios públicos, enfim, jogar fogo nas coisas, os verdadeiros manifestantes, aqueles que tinham organizado a manifestação, se sentavam no chão na rua. Aí ficavam só os vândalos de pé. Isso facilita o trabalho da polícia. E é fácil separar o joio do trigo numa situação como essa. É uma dica”. Os comentários, com jeito de improviso, eram a ancoragem possível no dia em que o Jornal Nacional ficou 5 horas no ar. Os repórteres faziam descrições, nem sempre precisas, do que a câmera estava mostrando. Houve caso de a repórter levantar um questionamento enquanto a câmera mostrava a cena. Em Brasília, a repórter Rita Yoshimine dizia a William Bonner: “Já tem muita gente em frente já ao Ministério das Relações Exteriores, alguns manifestantes também

⁷⁸ Há uma transcrição do programa do dia 20 de junho nos anexos deste trabalho. Este trecho está na página 26.

entraram no espelho da água aqui no Itamaraty. Eu não sei se a gente consegue mostrar daqui, se o repórter cinematográfico Wilson Joaquim consegue mostrar, mas tem pessoas inclusive em cima do Meteoro...” Ela foi interrompida pelo âncora que avisou: “Sim, sim. É visível”⁷⁹.

O imprevisto se assemelhava ao das transmissões da Mídia N.I.N.J.A. Mas as equipes do Jornal Nacional não ficavam na linha de frente dos protestos, no nível da rua e misturadas aos manifestantes como os ativistas. A visão que se tinha dos acontecimentos era do alto, ou de uma sacada, da cobertura de um prédio ou, ainda, do helicóptero. Também não se ouviu falar em Black Bloc, o tipo mascarado que se tornou ícone das manifestações sobre os quais vamos saber um pouco mais a seguir.

3.5 O bloco negro, ou os Black Blocs

Não encontramos um registro preciso de quando o exército de manifestantes vestidos de preto entrou na briga em junho de 2013. Eles estiveram presentes desde o começo de junho, mas sua presença foi mais noticiada⁸⁰ a partir dos protestos pós-junho, quando se tentou entender quem eram e por que lutavam os rapazes e as moças paramentados de negro. Chamou a atenção que o tal vandalismo contra bancos, lanchonetes de uma rede mundialmente conhecida, concessionárias de carros de luxo, símbolos reconhecidos do consumo, fosse perpetrado por manifestantes vestidos de preto, com os rostos cobertos. Começaram a se fazer notar também no abre-alas das passeatas, formando uma espécie de cordão de isolamento entre os manifestantes e a repressão policial que sempre se avizinhava. Quando a tarifa baixou, e o motivo primeiro dos acontecimentos de junho não existia mais, e o povo não saiu das ruas, a participação dos Black Blocs ficou mais evidente. Eles não apoiavam necessariamente o MPL e seus atos de protesto. Sua causa é o combate ao chamado “modelo neoliberal”, e, para combatê-lo, só precisam marcar data e horário do quebra-quebra, como foi no dia 30 de julho de 2013, quando 15 manifestantes foram detidos⁸¹ por arrebentar vitrines e agências bancárias na Avenida Rebouças, em São Paulo.

⁷⁹ O trecho está na página 37 da transcrição em anexo.

⁸⁰ As revistas semanais *Época* (Por dentro da máscara, capa, 11/11/2013), *Veja* (O bloco do quebra-quebra, capa, 21/8/2013) e *Carta Capital* (O Black Bloc está na rua, capa, 7/8/2013) deram capa ao assunto a partir de agosto.

⁸¹ Zero Hora. **Protesto contra governador Geraldo Alckmin gera confronto entre manifestantes e polícia em São Paulo**. Disponível em <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticia/2013/07/protesto-contragovernador-geraldo-alckmin-gera-confronto-entre-manifestantes-e-policia-em-sao-paulo-4217771.html>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

No Brasil, o Black Bloc se expressa na metonímia que toma a parte, seus soldados, os Black Blocs, pelo todo, o movimento “Bloco [daqueles vestidos de] Negro”, numa tradução livre. Aqui, os soldados sem rosto são sinônimo de baderna e destruição, de quebra-quebra e vandalismo, e a ideia deles é essa mesma: a violência como linguagem, que conversa com a pauta midiática e traz atenção para suas demandas. E os ataques, como performance contra os símbolos do capital, que nunca devem ser contra pessoas ou pequenos comerciantes.

Black Bloc é definido por eles próprios como uma forma de protesto que defende uma ação direta identificada como performática contra símbolos de poder político e econômico com a intenção de chamar a atenção, de provocar uma reação social e institucional. Edifícios corporativos depredados, bancos com vidraças quebradas, edifícios de governo pichados formam parte de uma tática coletiva teatral. A violência é considerada uma forma de expressão dramática, de comunicação com um poder que não atende as reivindicações feitas de forma pacífica. A única forma de provocar uma mudança radical, de desafiar o governo, é mediante a utilização de uma violência espetacular. Os protestos “coxinhas”, ou seja, de caráter pacífico, não derivaram em nenhum resultado positivo para a população. (SOLANO, 2014, p. 10)

Eles parecem ter falhado em passar a mensagem que o movimento, criado nos anos 1980 no movimento autonomista alemão, gostaria: de que dramatizavam uma violência contra os símbolos dos alçózes reais da violência na visão deles (os bancos com seus altos juros, a cadeia de lanchonetes com sua alimentação uniformizante, as concessionárias com seus carros que representam dos mais altos sonhos de consumo). Soldados fiéis ao seu combate, os Black Blocs foram a tropa de choque do lado dos manifestantes que se apresentavam ao final do cortejo e, depois, passaram a abrir as passeatas.

Conforme ficaram conhecidos, eles passaram a colecionar a antipatia do público, alcançando 95% de oposição em São Paulo, segundo o Datafolha, no final de outubro e 93% de rejeição em um levantamento⁸² nacional da Confederação Nacional dos Transportes (CNT) feito em parceria com o Instituto MDA no início de novembro de 2013. Depredação, destruição de propriedade privada, isso não era atitude de gente de bem, afinal⁸³. O fato é que

⁸² Brasileiros aprovam protestos, mas 93% rejeitam “black blocs”, diz pesquisa. Disponível em <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/11/07/maioria-aprova-protestos-mas-93-dos-brasileiros-reprovam-black-blocks-diz-pesquisa.htm>>. Acesso em: 11 jul. 2016.

⁸³ “(...) os meios de comunicação acabaram produzindo o contrário do que pretendiam, assim como os Black Blocs também. Os primeiros deixavam que suas objetivas se imantassem pelo histrionismo do vandalismo, que monopolizava as imagens na TV. Os vídeos e as fotografias abundantes consagravam os atos de depredação, emprestando a seus agentes uma aura de delinquentes românticos numa angulação que mais os edulcorava do que os desencorajava. Ocorre que os depredadores, de sua parte, também produziram o oposto do que pretendiam. Em lugar de fortalecer as passeadas, só

ninguém sabia das raízes históricas desse grupo nem de sua tática de combate simbólico ao capitalismo instalado ou que atuava no Brasil desde o ano 2000 – e não há como garantir que seriam compreendidos por serem conhecidos. Eles se insinuaram em junho e se estabeleceram a partir dali como signo de rebeldia. Dentro da abordagem teórica deste trabalho, o significante dos mascarados flertou tanto com significados de heroísmo quanto com os de bandidagem, conforme a interpretação dos olhos de quem os via. Nos noticiários, eles não tiveram trégua, viraram o alvo preferido quando os repórteres e apresentadores se referiam aos “vândalos” que participavam dos protestos. Além disso, àquela altura, não havia como diferenciar a atuação de um Black Bloc do oportunismo de ladrões, como foi o caso dos saques ocorridos no centro de São Paulo em 18 de junho. Ainda não estava consolidado no banco de imagens dos espectadores que havia diferença entre os vândalos em geral e os mascarados em particular. O significante deslizou entre significados inconstantes.

Para o sujeito, o telespectador, o receptor que se inclina a ser participante dos protestos, reconhecer-se aí, grudar-se como um carrapato na superfície luminescente de seu suposto “objeto *a*”, identificar-se com ele e depois identificar-se *nele* e se fazer identificar por *ele*, pelo discurso *dele*, do *outro*, é, em uma palavra, gozar. Ver um Black Bloc e reconhecê-lo é gozar no olhar, por identificação ou repulsa, tanto faz. (BUCCI, 2016, p. 73, grifos do autor)

3.6 Multidão *em* imagem

Acontece que, no nosso tempo, a vida também acontece nas telas.

A fisionomia da nossa era, tenha a nossa era a fisionomia que tiver (e ela pode ser muitas), tem a textura, a consistência, a natureza – e, ao mesmo tempo, a fugacidade, a transitoriedade, a imaterialidade – de uma cena instantânea que reluz dentro dos limites de um monitor de vídeo. O que ali está é o que é. Às figuras mutantes que se insinuam e se desfazem na tela eletrônica atribui-se a autoridade de índices do real – e eis que delas a realidade se veste para dar-se a ver. A história se escreve assim, ou melhor, desenha-se assim, como visualidade. (BUCCI, 2006, p. 3)

A multidão também se uniu em imagem, promoveu uma passeata à parte, um desfile outro daquele visto nos jornais diários de papel e tinta e bem mais diverso e diversificado que daquele apresentado pelos telejornais. Essa multidão não se pode conter nos espaços tradicionais das matérias de TV – o jogo virou e os meios de comunicação tradicionais, inclusive, foram parar na boca do povo, no grito de protesto, no cartaz empunhado para outras

conseguiram esvaziá-las. Tão logo a arruaça se tornou regra, aquela gente comum, que antes não ligava tanto, começou a ficar resabiada. E vazou.” (BUCCI, 2016, p. 19).

lentes e telas. A análise se enquadra no escopo teórico da discussão deste trabalho. No entanto, mesmo em outras perspectivas teóricas, a avaliação se assemelha. O pesquisador brasileiro Fábio Malini, que coordena o Laboratório de estudos sobre Imagem e Cultura (LABIC) da Universidade Federal do Espírito Santo, postula que as lutas contemporâneas se conceituam de forma dupla, a saber: a forma-rua e a forma-rede. A primeira se define como as manifestações e protestos de rua, com os corpos presentes e com a pressão política que caracteriza grandes momentos, como as Diretas Já! e o impeachment de Fernando Collor de Melo, assim como foram as manifestações de 2013, enquanto na segunda, “os atores sociais constroem eventos virtuais, transmissões ao vivo, ataques DDOSs, posts multimídias, que visam permitir aos que estão no sofá a comoção irradiada das ruas, contagiando-os para que a audiência viralize posts, comente vídeos ao vivo e confirme participação em eventos virtuais” (MALINI, 2014, p. 4). A forma-rede é a multidão surfando na instância da imagem ao vivo, é o valor de gozo⁸⁴ (BUCCI e VENÂNCIO, 2014, p. 144) em circulação nas trocas do imaginário – a multidão em imagem obtura o desejo de participação, mesmo que pelo tempo de um piscar dos olhos.

Antigamente, nas cidades do interior, moços e moças se conheciam e flertavam (com todo o respeito exigido de pessoas de família) numa prática que se chamava *footing*, que tem menos a ver com a pisada firme ou a posição social a que a palavra em inglês se refere e mais às pisadas das moças em passarelas imaginárias nas praças e avenidas. As moças (tempos mais machistas que os atuais aqueles) desfilavam, em um vaivém sem fim, mostrando-se sem se exhibir aos rapazes, seus futuros maridos, eram os rolezinhos de antigamente. A digressão já se explica: os manifestantes fizeram *footing* durante os protestos de 2013 nas redes sociais, principalmente no Facebook. Essa (outra?) multidão agitou as redes sociais, fez denúncias, compartilhou imagens e memes. Num levantamento realizado pelos sociólogos brasileiros Sergio Amadeu e Tiago Pimentel, entre os dias 5 e 21 de junho, o volume de postagens no Facebook subiu de 8.750 mensagens no primeiro dia para 361.711 resultados de busca no último dia – as buscas, eles explicam, tinham como objetivo contabilizar as citações públicas às manifestações contra o aumento da tarifa, bem como mapear a quantidade de

⁸⁴ “O valor de gozo não atende a uma necessidade – diferentemente do valor de uso em Marx, que corresponde a uma necessidade humana – mas a um desejo. Assim, a fantasia rouba a cena: é ela quem preside a precipitação do valor de troca. O desejo, não a necessidade, aciona o gatilho do consumo num mundo mediado por imagens – e a fabricação do valor de gozo, o valor capaz de conectar-se ao desejo vazio, obturando-o transitariamente, combina trabalho e olhar, no plano da linguagem.” (BUCCI e VENÂNCIO, 2014, p. 144).

compartilhamentos, cuja análise “é rica em significação, sendo capaz de detectar mensagens de alto capital social que circularam pelas redes”⁸⁵. Como na prática da paquera de antigamente, uns passavam para serem vistos, e outros ficavam a espiar. Os comentários correram soltos, e as melhores histórias corriam de perfil a perfil, como toda boa fofoca. Não à toa, o assunto “Manifestações de 2013” foi o mais comentado no Facebook, ultrapassando a mobilização de “Carnaval”, “Neymar”, “Rock in Rio” e “Papa Francisco”⁸⁶ naquele ano.

Neste espaço híbrido entre redes e ruas foram os agenciamentos em torno das redes sociais que ganharam papel de destaque. Todos os grandes atos nas ruas derivaram de “eventos” agendados a partir do Facebook. Foi a partir deles que os eventos se difundiram pelas redes e, na proporção direta em que aumentava a indignação social, as manifestações ganhavam adesão massiva, potencializando o efeito viral do engajamento social. (AMADEU e PIMENTEL, 2013)

Outra rede social bastante utilizada naquele período foi o Twitter. Tendo como característica de brevíssimos relatos, restritos a 140 caracteres por postagem, o Twitter aglutinou relatos e, por isso, foi um poderoso ponto de difusão de informações em tempo real sobre as manifestações. A pesquisadora brasileira Raquel Recuero, que fez um mapeamento de 218.568 tweets publicados entre os dias 14 e 20 de junho de 2013, concluiu que a rede foi utilizada “não como um espaço de debate e organização, mas de narrativa e mobilização” (RECUERO, 2014, p. 215). No estudo citado, ela analisa o conteúdo das mais de duas centenas de milhares de postagens, elaborando esquemas de correlação entre os emissores de informação e entre o tipo de conteúdo difundido. Entre suas conclusões, Recuero sugere que o uso da ferramenta ficou aquém das suas possibilidades:

A ausência de demandas e a homogeneização dessas características também parece reduzir a função democrática do Twitter enquanto espaço de organização e demanda, dando-lhe uma função imediatista nessas narrativas. Essas características delimitam o “campo linguístico” dos protestos no Twitter e as possibilidades discursivas da ferramenta. (RECUERO, 2014, p. 215)

Uma das análises realizadas pelo LABIC, centro de pesquisa que usa ferramentas de análise estatística para lidar com as massas de dados geradas nas redes sociais, complementa

⁸⁵ AMADEU, Sergio e PIMENTEL, Tiago. **Cartografia de espaços híbridos: As manifestações de junho de 2013**. Disponível em <<http://www.cartapotiguar.com.br/2013/07/31/cartografia-de-espacos-hibridos-as-manifestacoes-de-junho-de-2013/>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

⁸⁶ SBARAI, Rafael. **Protestos de junho lideram ranking de assuntos mais comentados no Facebook em 2013**. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/tecnologia/protestos-de-junho-lideram-ranking-de-assuntos-mais-comentados-no-facebook-em-2013>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

a conclusão de Recuero sobre o uso, principalmente do Twitter, ponderando que o principal gatilho de mobilização se dá “no âmbito das emoções que movem o fluxo de colaboração e compartilhamento nessa rede de indignados” (CANCIAN, FALCÃO e MALINI, 2013, p. 14). Segundo Malini, “a dinâmica do Facebook ilustra curiosamente a articulação rua e rede”, seguindo a mesma lógica da comoção: quem está na rua faz os relatos (na rede social) enquanto os chamados ativistas de sofá, que estão do lado de cá da tela, difundem o conteúdo e espalham as impressões, mexendo com as emoções (indignação e esperança) de outros espectadores⁸⁷. Malini aponta, ainda, o descompasso entre a grande mídia e as redes formadas pelo “povão”, como ele chamou a multidão nas redes sociais, uma vez que foram as próprias emissoras de TV que forneceram aos indignados de sofá o material para evidenciar a truculência policial. “Com a cabeça no século XX, os diretores e editores da TV faziam uma emissão para audiência televisiva, enquanto que o ‘embed’ do player nos portais ajudava os chamados ‘ativistas de sofá’ a narrarem, em estado bruto, a ação grotesca da Polícia Militar na Rua da Consolação”⁸⁸. Ou seja, um protesto paralelo acontecia nas redes apontando o que muitos dos que estavam nas ruas não podiam ver ou contar por estarem sob a violência dos cassetetes – a desproporção no uso da força pela PMSP. Essa passeata virtual⁸⁹, sem convocação ou itinerário, deu visibilidade ao acontecido, dando-lhe condição de existência. A indignação foi consequência.

⁸⁷ No texto “A Batalha do Vinagre: por que o #protestoSP não teve uma, mas muitas hashtags”, publicado no site do LABIC, Malini faz uma cartografia das hashtags utilizadas entre 17h e 23h50 do dia 13 de junho de 2013 no Twitter. Disponível em <<http://www.labic.net/cartografia/a-batalha-do-vinagre-por-que-o-protestosp-nao-teve-uma-mas-muitas-hashtags/>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

⁸⁸ Escreveu Malini (2013): “As emissoras de TV, sem saber, erraram. Com a cabeça no século XX, os diretores e editores da TV faziam uma emissão para audiência televisiva, enquanto que o ‘embed’ do player nos portais ajudava os chamados ‘ativistas de sofá’ a narrarem, em estado bruto, a ação grotesca da Polícia Militar na Rua da Consolação. As caras imagens aéreas ficavam na mão dos ‘confirmados na rede, mas não presentes nas ruas’. O hacking, feito pela própria estrutura de mídia que criminalizava a passeata (vândalos, baderna, ‘gente agressiva’, difamadores), se tornou fundamental para o combate aos ‘reacionários do sofá’ – que são perfis pagos pelo poder para ficar desqualificando os protestos nas ruas através da internet. A televisão, naquele momento, sendo vista por adolescentes e idosos (o horário das 18h às 19h é deles) e a internet sendo ocupada pelos ‘confirmados e presentes na rua’ e pelos ‘confirmados e presentes na rede’”. Disponível em <<http://www.labic.net/cartografia/a-batalha-do-vinagre-por-que-o-protestosp-nao-teve-uma-mas-muitas-hashtags/>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

⁸⁹ “De suas residências, conectados por meio de seus computadores pessoais e dispositivos móveis, milhares acompanhavam e interagiam com o movimento que se alastrava pelas ruas, compartilhando em peso relatos e imagens que recebiam. Em um processo quase que simbiótico, a rua mostrava-se presente nas redes, e as redes nas ruas. Se concordamos que ‘muitas reflexões dependem das experiências em primeira mão de outros’ (SODRÉ, 2009, p. 183), essas interações e compartilhamentos mútuos contribuíram significativamente para que tanto a rua quanto as redes (que agora fazem parte de um só movimento) pudessem perceber, ainda que de relance, a magnitude e a complexidade das manifestações em curso.” (GOVEIA, CIARELLI, CARREIRA, HERKENHOFF, 2014, p. 4).

3.7 #vemprarua, mais uma imagem da multidão

Entre as imagens que podemos reivindicar daqueles dias de junho está a hashtag #vemprarua, uma espécie de identidade coletiva, uma categoria que pretendia reunir a indignação contra o aumento da passagem, nos primeiros protestos, contra a violência policial, quando o caldo engrossou, assim como os atos, e contra tudo e todos que estão aí na fase final em que a adesão cresceu para valer e as pautas se multiplicaram num sem-fim de demandas. Utilizadas como marcadores de assunto, classificadores de temas, as hashtags são as palavras-chave dessa rede social. A palavra hashtag foi aceita no dicionário de língua inglesa recentemente, em 2014⁹⁰. Em português, seguimos usando o anglicismo sem vistas de uma tradução verde e amarela. Nas falas cotidianas, a hashtag já foi incorporada como palavra da língua, para definir o assunto, ou como procedimento de categorização de assunto. Vamos nos explicando com alguma cautela e muito senso comum, apenas para efeito ilustrativo do que desejamos desenvolver adiante. Por exemplo, a resposta a uma reclamação sobre transporte público poderia ser “imagina na copa” nos meses anteriores ao evento – a frase se tornou um bordão para prever os desastres da Copa do Mundo, o evento de futebol realizado em 2014 no Brasil, e ela virou hashtag para reunir os conteúdos de viés crítico ao evento e até projeto cultural⁹¹. Como na rede de microblogs, a opinião, aquela resposta dada ali no diálogo hipotético, vem como uma categorização, já se pode observar aqui e acolá o uso desse procedimento.

Algumas hashtags se popularizam mais que outras, como é o caso de “#mimimi”, sinônimo de reclamação infundada que pode ter-se derivado de uma corruptela da expressão onomatopeica “mememe” em inglês (eu, eu, eu – ou seja, o pedido infantil e egoico de atenção), que pode ser uma imitação do choro do personagem mexicano Chaves ou de qualquer outra birra infantil. Esse significante, que já circula sem o símbolo que o identifica como hashtag (#), já saiu das barras da saia daqueles mais antenados com as gírias da internet

⁹⁰ ABBRUZZESE, Jason. **Hashtag, selfie and tweet have been accepted into the dictionary**. Disponível em <<http://mashable.com/2014/05/19/new-merriam-webster-dictionary-words/#lcpRXtzDmZqs>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

⁹¹ Hypheness. **Imagina na Copa. Um projeto que mostrará o lado bom do Brasil e do brasileiro**. Disponível em <<http://www.hypeness.com.br/2012/09/imagina-na-copa-um-projeto-que-mostrara-o-lado-bom-do-brasil-e-do-brasileiro/>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

e já virou inspiração para música sertaneja⁹², nome de uma “geração”⁹³, mote para propaganda⁹⁴ e até expressão recorrente nos argumentos contra os direitos humanos⁹⁵ por parte de uma ala conservadora que está colocando as asinhas de fora, ou melhor, os posts na rede. O significante mimimi deslizou: começou como uma piada da reclamação infantil e se tornou alvo de disputa política, como no caso do rótulo que a publicidade tentou grudar nas cólicas menstruais. Não poderíamos dizer que a palavra “mimimi” é uma imagem na perspectiva teórica deste trabalho? Achamos que sim.

A hashtag #vemprarua se mostra social (se não for olhada, não terá valor, e como foi vista!), itinerante (precisa circular para ser olhada, ela circulou todo o país por meio das telas) e instável (não se prende a um único significado – começou como convocação do MPL em 2013 e virou nome de um movimento de natureza diferente), como vimos tentando definir. Para ter uma ideia, sob o #vemprarua, 10.814 grupos foram criados entre 15 de junho e 30 de outubro de 2013; foram publicados 575.000 tuítes na rede social de microblogs Twitter; e reuniu 319.393 usuários, segundo levantamento feito pelo LABIC – nas ruas, a conta chegou a 1 milhão de pessoas no dia de maior mobilização, 20 de junho.

A expressão escrita, que se torna imagem, tem aura de publicidade: “vem para a rua!” é um misto de convite e convocatória, brinca com a ideia de ativista bom é ativista nos espaços públicos, traz um ar festivo quando gritado no ritmo em que o MPL o consagrou (quem já ouviu alguma vez provavelmente repete mentalmente o: Vem! Vem! Vem! Vem! Vem pra rua, Vem! Contra o aumento!”). Prova de que nasceu em ambiente de fabricação de valor no imaginário é a coincidência de uma peça publicitária⁹⁶ que tinha esse mesmo refrão (sem o protesto contra a tarifa, obviamente). Era uma propaganda da Fiat, que foi ao ar no

⁹² ORTEGA, Rodrigo. **Inspirado por Facebook, ‘Não vem com mimimi’ é novo hit do ‘webnejo’**. Disponível em <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2012/09/inspirado-por-facebook-nao-vem-com-mimimi-e-novo-hit-do-webnejo.html>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

⁹³ ZOGBI, Paula. **“Geração mimimi” pode prejudicar todo o futuro das empresas, diz especialista**. Disponível em <<http://www.infomoney.com.br/carreira/emprego/noticia/4919796/geracao-mimimi-pode-prejudicar-todo-futuro-das-empresas-diz-especialista>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

⁹⁴ REVERBEL, Paula. **Criticada, propaganda de remédio que chama cólica de ‘mimimi’ é cancelada**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/06/1640559-propaganda-de-remedio-e-criticada-por-chamar-colicas-femininas-de-mimimi.shtml>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

⁹⁵ O coletivo feminista Não me Kahlo fez uma campanha virtual para difundir a ideia de que “feminismo não é mimimi”. Disponível em <https://www.facebook.com/NaoKahlo/videos/584841908356146/?hc_location=ufi>. Acesso em: 13 jul. 2016.

⁹⁶ LORENTZ, Bráulio. **Criador de ‘Vem pra rua’ comenta uso da música em protestos**. Disponível em <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/06/criador-de-vem-pra-rua-comenta-uso-da-musica-em-protestos.html>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

final de maio e virou notícia com boatos de que a fabricante de carros pensava em tirá-la do ar para que ela não fosse relacionada aos tumultuados eventos de junho.

O significante #vemprarua foi passando de significado em significado, dando-se a outras personalizações, reinvenções, mas sempre buscando o frescor da novidade para atender a outras necessidades de consumo: de grito de protesto de uma turma mais à esquerda, o MPL, se tornou epíteto de um movimento que enseja “combater a corrupção, erguer a bandeira da ética na política e defender um Estado capaz de servir a sociedade, e não o contrário”⁹⁷, ou seja, um movimento criado para combater o governo do PT (Partido dos Trabalhadores). Há que se deixar uma anotação aqui, sobre a apropriação, no sentido mais oportunista do termos, pelos movimentos de direita da hashtag de sucesso de 2013 #vemprarua, tornando-a uma iniciativa de oposição ao governo petista, e da sigla quase irmã do MPL, o MBL (Movimento Brasil Livre).

A hashtag é alicerce, instrumento e produto midiático ao mesmo tempo. É imagem.

⁹⁷ Movimento VemPraRua. Sobre nós. Disponível em <<http://www.vemprarua.net/sobre-nos>>. Acesso: 13 jul. 2016.

Capítulo 4: Procedimentos metodológicos

Ubiquidade e instantaneidade, senhoras atuais do tempo e do espaço, colecionam exemplos de influência no cotidiano da produção das notícias⁹⁸, no relacionamento das marcas com os consumidores⁹⁹ e, também, do governo com os cidadãos conectados¹⁰⁰. Piscam na TV, no celular, no computador. A articulação teórica desenvolvida até este ponto do trabalho conduz um determinado raciocínio sobre a definição e as condições de produção da imagem, como conceito da Comunicação, na instância da imagem ao vivo (BUCCI, 2002). Para além da abstração, é necessário buscar sua aplicação empírica, o que pretendemos fazer rastreando indícios de sua presença na produção de matérias da TV aberta. No caso, o material selecionado é do Jornal Nacional, o principal telejornal da maior emissora do país, a TV Globo. A opção pela cobertura das manifestações de junho de 2013 advém do fato de que os acontecimentos de junho têm características bastante particulares na história brasileira: foram eventos organizados pelas redes sociais, transmitidos através de celulares, além da cobertura ao vivo da imprensa, com uma pauta difusa e desvinculada de partidos (SECCO, 2013, p. 71).

Este trabalho pretende iniciar a discussão sobre a influência dessa outra configuração comunicacional, advinda da instância da imagem ao vivo, cujas consequências são exponenciais devido ao volume de material e à rapidez com que esse conteúdo pode se espalhar. Os dois efeitos citados ganham força graças à portabilidade das telas, capazes de receber conteúdo noticioso (não necessariamente matérias jornalísticas) a qualquer momento e em qualquer lugar, assim como transmitir informações numa espécie de exercício amador do jornalismo. Nossa intenção é contribuir para a correlação entre teoria e prática.

⁹⁸ CARVALHO, Bruna. **Presente em protestos, jornalismo cidadão força adaptação da mídia tradicional**. Disponível em <<http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/2013-08-16/presente-em-protestos-jornalismo-cidadao-forca-adaptacao-da-midia-tradicional.html>>. Acesso em: 11 ago. 2015.

⁹⁹ Um exemplo dessa mudança de relação, anteriormente mediada por órgãos como a Fundação Procon, foi o vídeo postado pelo procurador Oswaldo Luiz Borelli em que ele reclamava sobre a troca de um produto com defeito. Ele foi às redes sociais e chamou a atenção, não apenas de outros consumidores, mas, também, da Brastemp, que tomou providências. VITULLI, Rodrigo. **Consumidor conta como as redes sociais o ajudaram a trocar geladeira com defeito**. Disponível em <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/02/02/consumidor-counta-ao-uol-como-as-redes-sociais-o-ajudaram-a-reaver-geladeira-com-defeito.jhtm>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

¹⁰⁰ Em 2015, um relatório veio a público com a informação de que programas de computador haviam sido utilizados na campanha de reeleição de Dilma Rousseff para inflar artificialmente sua popularidade nas redes sociais. HUPSEL, Valmar Filho e GALHARDO, Ricardo. **Governo cita uso de robôs nas redes sociais em campanha eleitoral**. Disponível em <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral/governo-cita-uso-de-robos-nas-redes-sociais-em-campanha-eleitoral,1652771>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

Antes de nos debruçarmos sobre as análises realizadas, é necessário esmiuçar a trajetória teórico-metodológica que nos trouxe até os resultados empíricos desta dissertação.

Na instância epistemológica (LOPES, 1990, p. 105), a construção do objeto se deu, num primeiro momento, por meio do esforço teórico para definir essa imagem que povoa a instância da imagem ao vivo e de que maneira a visibilidade se constitui, dando origem ao quadro teórico de referência desta dissertação formado pelos conceitos de sociedade do espetáculo (DEBORD, 1992) e de era da eletricidade (McLUHAN, 1994). A partir dessa reflexão, chegamos a três características da imagem: ela é social (se não for olhada e reconhecida socialmente, não terá valor), itinerante (precisa circular para ser olhada) e instável (não se prende a um único significado), tendo a visibilidade (THOMPSON, 1998) como elemento fundante.

A pergunta que esta pesquisa pretende responder, dentro de suas limitações, é: quais foram as imagens exibidas pelo Jornal Nacional, durante o auge das manifestações de 2013? Tornou-se necessário, então, buscar indícios dessa imagem e da influência da instância da imagem ao vivo em um produto consolidado do jornalismo. Para dar cabo de tal objetivo, utilizar matérias da maior emissora de TV do país mostrou-se pertinente, uma vez que a produção das notícias ainda segue o esquema da produção da cultura como mercadoria, como descrito por Adorno e Horkheimer na década de 1940 (MATTELART, 1995, p. 78): serialização-padronização-divisão de trabalho. A atualização possível, por meio da teoria do espetáculo de Debord, não compromete a linha de montagem do telejornalismo se observamos a publicação “Jornal Nacional: modo de fazer”, de William Bonner (2009). Por isso, consideramos que o material é bastante estável e que ele nos permite observar se houve alguma alteração diante do terremoto causado pelas manifestações de 2013.

4.1. Tipo de estudo

Optamos por um estudo exploratório¹⁰¹, que “realiza descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre os elementos componentes da mesma” (CERVO

¹⁰¹ Havia, ainda, outras duas possibilidades de abordagem: a pesquisa descritiva, cujo objetivo primordial é “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2007, p. 44), e a pesquisa explicativa, em que a preocupação central é “identificar os fatos que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos”. (GIL, 2007, p. 44).

e BERVIAN, 1983, p. 56). Consideramos a melhor abordagem para a problemática, uma vez que ainda não se estabeleceu empiricamente uma metodologia de análise considerando a instância da imagem ao vivo. Além disso, “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2007, p. 43). A intenção é contribuir para a construção de um caminho de pesquisa para a mensuração e aplicação do conceito de instância da imagem ao vivo.

4.2. Abordagem

No que se refere à abordagem, o presente trabalho é de natureza qualitativa, por ser um procedimento mais “maleável e mais adaptável a índices não previstos, ou à evolução das hipóteses” (BARDIN, 2009, p. 141). Além disso, no caso desta pesquisa, “a presença (ou ausência) pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição” (BARDIN, 2009, p. 140). Há três quesitos que nos levaram à escolha da análise qualitativa, em vez de quantitativa. São eles: o fato de estarmos diante de inferências precisas (e não gerais), ter um *corpus* reduzido (uma seleção da cobertura e não a cobertura completa, como exige a regra da exaustão) e a importância do contexto de produção para a análise. No entanto, como frisa Bardin (2009, p. 142), “a análise qualitativa não rejeita toda e qualquer forma de quantificação”. Para a coleta de informações, foram utilizadas as chamadas fontes de “papel” (GIL, 2007, p. 160), que são documentações dos mais diversos tipos, incluindo produtos de comunicação de massa.

4.3. Método de amostragem

Para a seleção do *corpus*, utilizamos a técnica de amostragem não probabilística, uma vez que “o pesquisador não conhece a probabilidade que cada unidade tem de ser selecionada para fazer parte da amostra” (LOPES, 1990, p. 125). O conjunto do material é composto de trechos e matérias referentes às manifestações na cidade de São Paulo, o epicentro dos protestos, e pela edição do dia 20 de junho de 2013, toda realizada com transmissão em tempo real, exceção às reportagens sobre a Copa das Confederações, competição internacional de

futebol que acontecia no Brasil à época. A intenção foi obter duas situações de análise, possibilitando uma comparação entre elas. Por reunir a cobertura durante uma semana, o material referente à cidade de São Paulo possibilita delinear um parâmetro do olhar da TV Globo sobre os eventos. Desse modo, ao estudar a edição do dia 20 de junho, é possível detectar se houve mudança no tratamento da temática ou no tipo de matéria produzida.

Há, dentro dos limites do trabalho, uma preocupação constante em “fazer ver” a imagem, na perspectiva teórica desenvolvida nos primeiros capítulos. Como capturar os três eixos que compõem a imagem dentro da perspectiva teórica deste trabalho que deve ser, ao mesmo tempo e em diferentes gradações, social, circulante e deslizante? Ainda há pouca discussão teórica acerca do tipo de medida que se deve utilizar para captar a instância da imagem ao vivo de Bucci. A busca, neste estudo, foi por capturar algumas situações em que o fenômeno pôde ser observado. Isso reforça a escolha pelo Jornal Nacional, uma vez que as imagens do telejornal já cumprem duas das três características: a imagem do telejornal é social e circula, dada a importância do programa.

4.4. Técnica de análise

Em função da sistematicidade e da confiabilidade (FONSECA JR., 2005, p. 286), o método selecionado para explorar as temáticas exibidas no Jornal Nacional e contabilizar o tipo de matéria foi a análise de conteúdo, que se trata de:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2009, p. 44, grifo da autora)

A aplicação da análise de conteúdo categorial¹⁰² (BARDIN, 2009, p. 199) seguiu três etapas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados (BARDIN, 2009, p. 121). Na primeira fase, o propósito foi delimitar o material e prepará-lo para a análise por meio de uma sequência de operações: leitura flutuante, definição do material a ser analisado (tanto a quantidade quanto o recorte escolhido), formulação de hipóteses, elaboração de

¹⁰² “Funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias, segundo reagrupamentos analógicos. Entre as diferentes possibilidades de categorização, a investigação dos temas, ou *análise temática*, é rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos directos (significações manifestas) e simples.” (BARDIN, 2009, p. 199, grifo da autora).

indicadores que iriam fundamentar a interpretação final, definição da unidade de registro e construção do formulário de codificação. A segunda fase se refere à classificação do material propriamente dita e à tabulação dos dados; e a terceira, à análise e interpretação dos resultados.

Cada uma dessas etapas será detalhada a partir de agora.

A **leitura flutuante**, momento de “estabelecer contacto com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações” (BARDIN, 2009, p. 122), deu-se na fase de elaboração do projeto de pesquisa e houve, ainda, mais dois momentos estruturados de leitura desse material: a produção de um artigo sobre narrativas no primeiro semestre de 2014 e o momento de elaboração do formulário de codificação no primeiro semestre de 2016. Com essa aproximação, deu-se a escolha dos documentos atendendo às regras de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência (BARDIN, 2009, p. 122): foram selecionados, então, as matérias do Jornal Nacional da semana analisada (17 a 22 de junho) sobre a cidade de São Paulo que serviram de base para a análise da edição estendida do dia 20 de junho de 2013 do mesmo telejornal.

Para a **elaboração das hipóteses e objetivos do formulário**, a produção dos três primeiros capítulos foi essencial. A partir da definição de imagem e de visibilidade, a busca por indícios das características da instância na produção do Jornal Nacional avançou: diante das três características da imagem (social, itinerante e instável) e da impossibilidade de medir as gradações de cada uma delas (uma vez que não se estabeleceu literatura suficiente sobre esses aspectos da instância da imagem ao vivo), optamos por buscar a predominância das temáticas apresentadas na cobertura e algumas características do material que foi ar. É preciso haver coerência e integração entre a coleta dos dados e sua posterior manipulação teórica. “O importante não é o que se vê, mas o que se vê com método”, alerta Lopes (1990, p. 124). O objetivo é responder à nossa pergunta de pesquisa: **quais foram as imagens exibidas pelo Jornal Nacional, durante o auge das manifestações de 2013?**

Durante a leitura flutuante, foi determinada a **unidade de registro**, que “é a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial” (BARDIN, 2009, p. 130). No caso, optamos pelo tema como unidade de registro: “Fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença,

ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objectivo analítico escolhido” (BARDIN, 2009, p. 131).

As unidades de análise escolhidas, entendidas aqui como os segmentos de conteúdo a serem estudados, foram as reportagens em relação ao local dos acontecimentos. No caso de São Paulo, havia links específicos sobre os protestos na cidade, e esses links foram listados com base na organização da plataforma Globo Play¹⁰³. Em relação do material do dia 20 de junho, existe apenas um link, com 81 minutos, designado como a edição da referida data. Nesse caso, a unidade de análise foi delimitada pela localidade onde a transmissão ao vivo acontecia, e a identificação do trecho se dá por meio da minutagem (por exemplo, Data 20 jun 2013 - 52:32 - 53:36). A escolha por colher o material na plataforma de vídeos da TV Globo se deu em razão da praticidade de operacionalizar a pesquisa, já que, dessa maneira, todo o conteúdo pode ser localizado com facilidade e está disponível ao público.

No início do percurso desta pesquisa, as matérias do Jornal Nacional eram armazenadas em um site próprio do programa e estavam organizadas de outra maneira, o que fez surgir outra preocupação de pesquisa: haveria necessidade de copiar tudo no estado em que foi analisado? Acreditamos que sim, uma vez que outras mudanças podem vir a acontecer¹⁰⁴. Há também uma preocupação na modificação do material propriamente dito.

A bem da verdade, na era digital, quando já não se tem mais sequer o negativo de uma fotografia, posto que as fotos passaram a ser produzidas em máquinas digitais, praticamente não há mais suporte físico primeiro, original, do documento que depois será objeto de pesquisa histórica. São tantas as possibilidades de alteração da imagem digital que, anos depois, será difícil precisar se aquela imagem que se tem corresponde exatamente à cena que foi de fato fotografada. E não se terá um negativo original para que seja tirada a prova dos nove. (BUCCI, 2004, p. 197)

Depois desse rápido desvio sobre o que vamos analisar, voltemos à etapa de **elaboração do formulário**. Para sistematizar a análise do material, foi criado um modelo de ficha a ser preenchido pela própria pesquisadora para a caracterização das matérias do Jornal Nacional. Constan identificação, características da matéria analisada e um levantamento dos temas mostrados nas imagens, contabilizadas em segundos. Em um segundo momento, as

¹⁰³ A Globo lançou, em novembro de 2015, uma plataforma que permite assistir à sua programação no computador ou no celular, com mais agilidade e qualidade. Fonte: G1, 2015. **Globo Play tem TV ao vivo e todos os programas; veja como funciona**. Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/11/globo-play-tem-tv-ao-vivo-e-todos-os-programas-veja-como-funciona.html>>. Acesso em: 8 ago. 2016.

¹⁰⁴ Diante disso, um dos anexos da pesquisa será o material analisado, todo gravado por meio de captura da tela e gravação em aparelho de DVD.

informações foram transferidas para um banco de dados em formato de tabela do programa Excel, o que facilitou a manipulação dos números.

Para o **preenchimento das fichas**, cada trecho foi visto três vezes: da primeira vez, o objetivo era tomar conhecimento dos assuntos tratados; da segunda vez, a pesquisadora anotava se a matéria era em tempo real (ou não), quais eram os repórteres envolvidos no trabalho e que temáticas apareciam. Somente na terceira vez é que se procedia à contagem dos segundos em relação à temática. Se necessário, voltávamos ao material outras vezes para conferir os dados.

Na televisão, o tempo dá a medida de importância desse ou daquele assunto. Por isso, a opção de contabilizar os segundos para medir a exposição de cada tema. Para ter uma ideia, Bonner (2009, p. 110) explica: “Nós acreditamos, no Jornal Nacional, que 30 segundos de informação podem levar uma parte dos nossos espectadores a buscar informações adicionais num jornal impresso no dia seguinte. Ou a pesquisar o assunto na internet”. Foi também a preocupação com a evolução do programa no decorrer do tempo que nos fez optar por analisar material de uma semana. A intenção foi estabelecer um padrão de como o telejornal vinha cobrindo os protestos e indicar o tipo de visibilidade que o programa deu a eles, no que se refere aos temas exibidos. O material sobre São Paulo serviu de base de comparação com o que acontecera no dia 20 de junho, quando houve um transbordamento dos fatos sobre a estrutura tão bem organizada e estável do Jornal Nacional. Naquele dia, o JN ficou no ar por, pelo menos, 81 minutos, em vez de seus 33 minutos habituais.

O **objetivo desse processo** foi rastrear, na produção da notícia e nas temáticas exibidas, influência da instância da imagem ao vivo no Jornal Nacional. É possível aferir uma ou outra mudança de percurso na semana em questão, seja na produção ou seja na temática? Aqui, é necessário fazer mais um desvio de percurso para pontuar que não se tem literatura, ainda, sobre que características (da instância da imagem ao vivo) seriam possíveis escavar no material selecionado, daí o caráter exploratório da pesquisa.

Buscamos, além da temática, a presença ou ausência de algumas características nas reportagens (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 67), com destaque para duas delas: utilização de sonoras (entrevistas) na produção da matéria e a presença do repórter no local da pauta (e se ele “comprova” isso aparecendo diante da tela).

O jornalismo praticado na televisão se sustenta sobre essas premissas – próprias do campo jornalístico, e não de um veículo específico – que se materializam por meio de uma articulação com o meio audiovisual. O uso da imagem como estratégia de legitimidade na cobertura dos fatos (como se a imagem representasse mais fielmente a realidade, conferindo uma legitimidade retórica aos programas televisivos), o deslocamento de equipes de jornalismo em busca das informações, os recursos de edição e montagem, os enquadramentos da câmera, as inserções ao vivo são alguns recursos da linguagem televisiva empregados pelos programas para construir sua autenticidade diante da audiência. (SILVA, 2011, p. 241)

Segundo Barbeiro e Lima (2007, p. 68), a reportagem deve conseguir “contar uma história simples, direta, clara, didática, objetiva, equilibrada e isenta”.

Em relação às **temáticas**, elas foram levantadas durante a leitura flutuante e podem ser agrupadas em **duas categorias: 1) visão positiva**, visões sobre o movimento, em que se tem o valor das manifestações como benéficas e legítimas (temas: diálogo ou negociação; passeata ou multidão; celebração ou festa ou comemoração) ou 2) **visão negativa**, em que os protestos foram apresentados como bagunça, baderna ou bandidagem (temas: violência ou confronto; depredação ou lugares depredados; repressão da PM; soldados da PM; PM e manifestantes). Há outras três temáticas que não foram enquadradas como positivas ou negativas: trânsito (congestionamentos), porque esse tipo de informação é um serviço comum para o público das grandes cidades; protestos contra os partidos ou bandeiras nas passeatas (reações dos manifestantes que pediram que símbolos de partidos fossem abaixados) e protestos contra a Rede Globo (manifestantes que gritaram palavras de ordem contra a emissora) para evitar as disputas ideológicas que o assunto promove, o que não é relevante para os fins deste levantamento. Também foram verificados os locais **de onde o material era gravado**, ou seja, de onde a TV Globo olhava os acontecimentos (de um helicóptero, em algum lugar acima do nível da rua, no nível do chão em meio aos manifestantes, no nível da rua ao lado da PM, no nível da rua longe da PM ou dos manifestantes) e **de que maneira os manifestantes eram mostrados** (sem fantasia ou máscara, com máscara, como Black Blocs, exibindo a bandeira do Brasil, levando cartazes).

Vamos explicar cada um desses termos no próximo capítulo.

Capítulo 5: O que o JN “viu”

Neste capítulo, vamos desenvolver a análise do *corpus*, do Jornal Nacional do dia 20 de junho. Esse material está assim identificado na plataforma Globo Play: “Jornal Nacional - Edição de quinta-feira, 20/06/2013”, com o seguinte endereço: <https://globoplay.globo.com/v/2646538/>. Esse é o lugar em que nosso estudo exploratório se executa de maneira empírica e pretende aplicar a teoria na prática jornalística. Nossa intenção é buscar, por meio da contabilização do tempo destinado a cada tema, compreender os assuntos que ganharam visibilidade no programa, uma vez que o tempo é um dos determinantes da importância da pauta e as imagens auxiliam na detecção do olhar lançado sobre o que está acontecendo.

É preciso fazer uma prudente observação. Ainda carece de tradição acadêmica a análise desse tipo de material audiovisual, tentando tatear as imagens como significantes criados e distribuídos pelo espetáculo (DEBORD, 1992), como partes constituintes de signos capazes de obturar o desejo e, portanto, portadoras de valor de gozo (BUCCI, 2002). A análise de conteúdo (BARDIN, 2009) possibilita, em termos metodológicos, uma primeira metrificação com base nesses índices teóricos constituídos por essa imagem dentro da perspectiva teórica deste trabalho que é social (precisa ter reconhecimento como condição de existência), itinerante (precisa circular para avaliar parte de seu valor) e instável (não se prende a um a único significado).

Para localizar essa imagem, que não restringimos ao formato de uma foto ou de um trecho de vídeo (somando imagem e som), detectamos os temas predominantes e, a partir disso, foi contabilizada sua frequência por meio da mensuração do tempo. Com isso, buscamos analisar se o que foi mostrado no telejornal encontrava pontos de contato com as articulações teóricas desenvolvidas nos três primeiros capítulos. Também procuramos pistas sobre o adestramento do olhar, influenciado pela fabricação de valor no imaginário como postulado por Bucci (2002, p. 68):

Para ser passível de significação, a imagem da mercadoria deve instaurar-se no imaginário – é aí que se dá a complementação de sua fabricação. É um erro supor que a imagem da mercadoria venha pronta de algum lugar externo à ordem do imaginário. Ela se constrói, de fato, no imaginário ou, mais exatamente, no imaginário social. Ela se constrói no calor da comunicação social.

5.1 Categorias

Tema **diálogo ou negociação**: refere-se às imagens mostradas de conversa entre as partes ou, ainda, de evento com essa temática. Exemplos:

Figura 1 - Diálogo entre manifestantes e PM (Reprodução JN 17/6/2013)

Figura 2 - Coletiva de imprensa do MPL (Reprodução JN 17/6/2013)

Tema **passeata ou multidão**: aparecem as cenas dos manifestantes em movimento pela cidade ou, ainda, em aglomerações sem nenhuma caracterização de conflito. Exemplos:

Figura 3 - Passeata/multidão em São Paulo (Reprodução JN, 17/6/2013)

Figura 4 - Manifestação em São Paulo (Reprodução JN 21/6/2013)

Tema **celebração**: refere-se à comemoração dos manifestantes ou às conquistas ou ao próprio sucesso da passeata e/ou do protesto. Exemplos:

Figura 5 - Manifestantes aplaudem policiais por se sentarem para conversar (Reprodução JN 18/6/2013)

Figura 6 - Manifestantes na Avenida Paulista em São Paulo (Reprodução JN 21/6/2013)

Tema **depredação**: imagens de manifestante atacando prédios públicos, quebrando vitrines ou o cenário já depredado. Exemplos:

Figura 7 - Manifestantes jogam pedras em prédio da Justiça do ES (Reprodução JN 20/6/2013)

Figura 8 - Loja de São Paulo depredada por manifestantes no dia anterior (Reprodução JN 19/6/2013)

Tema **repressão da PM**: imagens dos policiais em ação, avançando sobre os manifestantes ou atirando bombas sobre eles. Policiais estão em clara vantagem ou câmera está da perspectiva do PM. Exemplo:

Figura 9 - PMs avançam sobre manifestantes em Salvador (Reprodução JN 20/6/2013)

Tema **PM**: em diversas ocasiões, houve apenas os policiais em posição, sem qualquer tipo de ação. Em cenas feitas de um helicóptero, o que fica visível são apenas os carros. Exemplos:

Figura 10 - Carros da PM cercam passeata no Rio de Janeiro (Reprodução JN 20/6/2013)

Figura 11 - Policiais guardam a entrada do Tribunal de Justiça do ES (Reprodução JN 20/6/2013)

Tema **PM e manifestantes lado a lado**: cenas em que a polícia e quem protestava foram mostrados lado a lado, às vezes, na iminência de confronto ou logo após um confronto. Exemplos:

Figura 12 - Policiais fazem cordão de isolamento no Congresso (Reprodução JN 20/6/2013)

Figura 13 - Em Recife, PM e (poucos) manifestantes ficam frente a frente (Reprodução JN 20/6/2013)

Tema **trânsito**: em geral, as imagens são dos carros em congestionamento. Exemplo:

Figura 14 - Cena do tráfego em São Paulo (Reprodução JN 17/6/2013)

Tema “**sem partido!**”: protesto contra manifestantes com bandeiras de partidos. Exemplo:

Figura 15 - Manifestante expulso por estar com bandeira (Reprodução JN 18/6/2013)

Tema **violência ou confronto**: enfrentamento de manifestantes e policiais. Exemplo:

Figura 16 - PM joga bomba em manifestantes em Brasília (Reprodução JN 20/6/2013)

Tema “**contra a TV Globo**”: manifestações contra a emissora de TV. Não há exemplos.

Aferimos também, para tentar contextualizar quem eram os manifestantes, se havia presença de indivíduos caracterizados como Black Blocs (vestidos de preto e com o rosto coberto), usando máscaras, carregando a bandeira nacional ou de partidos e, ainda, se levavam cartazes. No caso desses quesitos, a intenção foi buscar se os Black Blocs apareceram na tela da Globo.

Abaixo exemplos das imagens buscadas.

Tema **manifestantes sem fantasia ou máscara**: são as imagens sobre a multidão, sem dar destaque ao curioso, ao manifestante com máscara, com fantasia ou qualquer tipo de adereço.

Exemplo:

Figura 17 - Manifestantes sem caracterização de bandeiras ou máscaras (Reprodução JN 20/6/2013)

Tema **manifestantes com máscaras**: imagens de quem foi às ruas caracterizado de algum personagem. Não há exemplos.

Tema **manifestantes caracterizados como Black Blocs**: vestidos de preto, com o rosto coberto. Não há exemplos.

Tema **manifestantes com bandeira do Brasil**. Exemplo:

Figura 18 - Manifestantes com bandeira do Brasil em São Paulo (Reprodução JN 21/6/2013)

Tema **manifestantes com bandeiras de partidos**. Exemplo:

Figura 19 - Manifestantes com bandeiras de partidos e entidades em São Paulo (Reprodução JN 21/6/2013)

Sobre a perspectiva de onde parte o olhar da câmera, temos: do alto (helicóptero ou de um ponto acima do nível da rua) e do ponto de vista da rua (no nível da rua ou atrás da PM).

“Visão do helicóptero”. Exemplo:

Figura 20 - Manifestantes atacam Prefeitura de São Paulo (Reprodução JN 18/6/2013)

“Visão um nível acima da rua”. Exemplo:

Figura 21 - Manifestantes colocam fogo em carro da Rede Record em São Paulo (Reprodução JN 18/6/2013)

“Perspectiva “no meio dos manifestantes”. Exemplo:

Figura 22 - Manifestante quebra porta da Prefeitura de São Paulo (Reprodução JN 18/6/2013)

“Perspectiva “atrás da Polícia Militar”. Exemplo:

Figura 23 - Manifestação em Belém (Reprodução JN 20/6/2013)

5.2. Os tempos do Jornal Nacional

Para buscar compreender o impacto da cobertura das manifestações de 2013 no Jornal Nacional, é necessário, primeiro, caracterizá-lo. É um telejornal de alcance e abrangência nacionais, apresentado por dois âncoras, de segunda-feira a sábado, entre 20h30 e 21h15¹⁰⁵. Segundo William Bonner (2009, p. 22), uma edição média do programa tem 33 minutos de material, sem contabilizar os intervalos comerciais. Cada edição tem cerca de 25 assuntos, que podem ser apresentados das seguintes maneiras: reportagens, entrevistas, notas ilustradas com imagens e lidas pelos apresentadores, notas curtas sem o apoio de imagens e entradas ao vivo de repórteres.

O Jornal Nacional é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, às revistas semanais de informação. Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com a linguagem apropriada ao veículo: com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado com imagens que despertem o interesse público por eles – mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato. (BONNER, 2009, p. 13)

A estrutura de produção do telejornal tem um time hierarquizado de editores, contando com dois editores-chefes, atualmente William Bonner e Fernando Castro, uma editora-executiva, Renata Vasconcellos, um time de dez editores, além de sucursais em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte e Recife e um escritório em Nova York, cuja soma de profissionais no expediente chega a mais quatro chefes de redação e outros 14 editores¹⁰⁶. A rigor, não há repórteres exclusivos do Jornal Nacional, uma vez que o telejornal se aproveita da capilaridade da rede de afiliadas da TV Globo (BONNER, 2009, p. 43). O time de produtores das afiliadas também trabalha, ainda que indiretamente, para o programa, uma vez que o JN pode utilizar material de qualquer afiliada, ou acioná-la em caso de necessidade. Toda essa turma segue um processo consolidado de produção da notícia, em que o chamado “padrão Globo de qualidade” está presente. Do levantamento de pauta,

¹⁰⁵ Segundo o site Memória Globo, o programa “tem cerca de meia hora de duração e faz a cobertura completa das principais notícias no Brasil e no mundo. Pautado pela credibilidade, isenção e ética, o JN é líder de audiência no horário nobre”.

¹⁰⁶ Informação de agosto de 2016.

produção, apuração, gravação e edição até o fechamento do espelho, quando se decide o tamanho das reportagens e sua ordem de exibição. O primeiro produtor entra às 7h.

O objetivo, segundo Bonner (2009, p. 17), é “mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção”. Os temas factuais, ou “quentes” no jargão da redação, têm preferência. Mas, como nem todos os dias são repletos de notícias, há também uma preocupação em manter algumas pautas de temas atuais em produção. Isso tudo para explicar que no JN há sempre muito material em planejamento, que a combinação de matérias em uma edição é bastante elaborada. Também há uma grande preocupação com a apuração dos fatos, com a correção das informações. Bonner (2009, p. 143) afirma que uma notícia (mesmo que grandiosa, histórica, como a “renúncia de um presidente americano, a morte de um papa, um avião acidentado”) só entra na edição “se (e somente ‘se’) nossos apuradores confirmarem cabalmente o tal fato grandioso ou histórico” e “ele ocupará o tempo necessário para que seja levado ao público”. O tempo, nesse caso, estaria sempre a favor da verificação da informação. Planejamento é um dos valores do JN, o que pode ser observado pelo rigor com que as pautas são escolhidas, assim como o tipo de tratamento que terão (VT, vivo, nota e display¹⁰⁷). A maior parte dos assuntos no JN é apresentada com material do tipo VT, são as matérias preparadas com antecedência para o telejornal. As transmissões em tempo real (vivo) são um recurso usado em situações “bem específicas”, segundo Bonner (2009, p. 85):

[...] quando algum fato se deu tão em cima da hora que não tivemos como aprofundá-lo numa reportagem gravada e editada; ou quando precisamos ganhar tempo para atualizar dados de algum fato que avançou até um horário muito perigosamente próximo do início do JN; ou ainda quando os fatos ainda não tiveram conclusão – e transcorrem durante a exibição do Jornal Nacional.

As manifestações de 2013 mexeram com essa estrutura.

Em primeiro lugar, os editores resolveram esticar o tempo do programa na semana de auge das manifestações, entre os dias 17 e 22 de junho de 2013. E, como os protestos aconteciam no final do dia e adentravam a noite, houve muita transmissão em tempo real. O

¹⁰⁷ VT é a matéria previamente preparada, com entrevistas e imagens de cobertura, é o tipo de material predominante no telejornal. Nota é uma informação que será dita pelo âncora e a imagem na tela será a dele, lendo. Existe, ainda, o tipo display: nessa nota, o apresentador fica na tela, mas tem o apoio de algum material que aparece ao seu lado, no cenário. (BONNER, 2009, p. 85).

cardápio variado de pautas, outra característica do programa¹⁰⁸, foi sendo tomado pelo mesmo ingrediente, as multidões nas ruas das grandes cidades. O assunto atendia aos critérios primários para entrar no espelho (conjunto de matérias da edição) do Jornal Nacional (abrangência, gravidade das implicações, caráter histórico, peso do contexto). Para determinar “como” os assuntos vão aparecer, há dois três critérios secundários (Bonner, 2009, p. 107): complexidade (“quanto mais complexo um assunto, maior a probabilidade de ser tratado numa reportagem maior”), tempo (quanto mais escasso o tempo, o que acontece em dias de muitas notícias, os integrantes da equipe ficam “ainda mais obsessivamente seletivos”) e a “disponibilidade de imagens do assunto em questão”. Segundo Bonner (2009, p. 110, grifo do autor), “a falta de imagens não determina se publicaremos uma notícia ou não. Mas tão somente **como** a publicaremos”.

O avanço no tempo e o uso da transmissão em tempo real foram usuais naquele junho, principalmente na segunda semana. No dia 17 de junho, 15 das 22 matérias do Jornal Nacional foram sobre as manifestações; 27 de 31 (no dia 18), 23 de 28 (no dia 19), 41 de 41 (no dia 20), 24 de 28 (no dia 21) e 19 de 24 (no dia 22). Como base para contagem, estamos utilizando o material disponibilizado na internet, e cada link costuma corresponder a uma reportagem. Com esses dados percebe-se que os protestos dominaram o espelho e inundaram o telejornal, assim como o olhar dos brasileiros.

Data	Tempo de cobertura de manifestações no JN
17 de junho	27min31s
18 de junho	72min6s
19 de junho	42min51s
20 de junho	230min41s
21 de junho	33min53s
22 de junho	21min7s

Tabela 1 - Tempo de cobertura na semana de 17 a 22 de junho de 2013 no Jornal Nacional (elaborada pela autora)

¹⁰⁸ “Ao montar o espelho de cada dia, a prioridade absoluta é para os temas factuais da maior relevância, ou de relevância mais óbvia (aquelas notícias de valor ‘absoluto’, que contemplam, de imediato, os primeiros critérios que mencionei: abrangência, gravidade de implicações, caráter histórico). Mas, em circunstâncias normais, eu diria que esse elenco de assuntos ocupa de 75 a 80% do tempo total do Jornal Nacional. Portanto em dias “normais”, o espelho poderá incluir outras reportagens, não necessariamente factuais, ou que não contemplem necessariamente os critérios primários de avaliação.” (BONNER, 2009, p. 104). Os critérios primários são: abrangência (quanto maior o número de pessoas atingidas, mais abrangente, ou seja, melhor), gravidade das implicações, caráter histórico e o peso do contexto (qual é o peso daquela reportagem em relação ao das outras da mesma edição).

Se levarmos em conta o tempo médio de 33 minutos, podemos observar também que as edições ficam mais longas. Calculamos a razão entre o tempo de cobertura das manifestações em relação ao tempo médio do Jornal Nacional e chegamos aos seguintes percentuais: 83% (17), 218% (18), 129% (19), 699% (20) 102% (21) e 63% (22). Para ficar mais clara a visualização, montamos o gráfico a seguir.

Gráfico 1 - Tempo de cobertura em relação ao tempo usual

Na semana, o dia 20 representa o auge da cobertura com 3 horas, 50 minutos e 41 segundos – esse é o tempo que pode ser contabilizado a partir do material armazenado sobre o programa Jornal Nacional no Globo Play. As ruas do país foram tomadas pela multidão, multidão que transbordou das telas para as ruas e voltou a inundar as telas. Cerca de 1 milhão de pessoas saíram para protestar (GOHN, 2014, p. 23). A duração do Jornal Nacional foi praticamente sete vezes maior que seu tempo usual, 699%. É essa “edição” do Jornal Nacional que optamos por analisar. Ela comporta 81 minutos, está definida como a edição daquele dia na plataforma de armazenamento de vídeos da Globo. É uma amostra significativa do que aconteceu com o telejornalismo naquele dia, e possibilita uma análise comparativa com as edições usuais do JN, assim como traçar um paralelo com a produção do telejornal sobre as próprias manifestações.

A partir das 16h, Patrícia Poeta, âncora do JN à época, começou a apresentar outra matéria curta ao vivo (flashes). A programação foi interrompida às 17h50, e as informações chegavam praticamente em estado bruto. As entradas dos repórteres eram organizadas por

Poeta e, depois, por ela e por William Bonner. “O JN entrou no ar sem a tradicional escalada e foi, praticamente, todo dedicado às manifestações” (TV GLOBO, Memória Globo). Às 19h50, um Bonner “atordado”¹⁰⁹ dá início a uma espécie de edição especial do telejornal, horas depois que sua companheira de bancada havia entrado no ar. Praticamente não houve edição do material. Abaixo um trecho da transcrição da “explicação” de Bonner nesse dia fora do comum:

[...] a gente (es)tava produzindo ali o Jornal Nacional, mas, na verdade, o que (es)tá acontecendo é que as notícias (es)tão transcorrendo sucessivamente, e a essa altura já não faz muito sentido a gente planejar uma edição de Jornal Nacional, porque os fatos estão acontecendo. Então, o que nós estamos fazendo aqui já é um Jornal Nacional que está transcorrendo ao sabor dos acontecimentos que (es)tão se desdobrando à frente da tela.

O telejornal havia se rendido. Os acontecimentos desfilavam em frente às nossas telas, diante de nossos olhos. É o momento em que o JN opta por não tentar resumir ou explicar o que se passa nas ruas. “Atordoadas”, a equipe opta por liberar o material que chega por suas lentes, abrindo mão de editar o material, e deixar todo o possível à vista, à mostra. A emissora suspendeu a transmissão¹¹⁰ do jogo entre Espanha e Taiti pela Copa das Confederações e encurtou a novela adolescente “Malhação”. A principal novela da Globo, “Amor à Vida”, foi exibida por volta das 21h20, um pouco mais tarde do que o normal. O uso do tempo real pelo Jornal Nacional extrapolou no dia 20.

Para a cobertura paulistana das manifestações, o Jornal Nacional usou o recurso do “ao vivo” em todas as edições analisadas, de 17 a 21 de junho. Além de as manifestações ocorrerem durante a transmissão do jornal, o que justificaria a alternativa por esse tipo de matéria, existe também a justificativa da transmissão em si tanto na perspectiva teórica deste trabalho, em que o “ao vivo” é uma espécie de autoridade da “verdade”¹¹¹, quanto nas reflexões acerca do campo.

¹⁰⁹ “A transmissão começou quatro horas antes de William Bonner, atordado, anunciar formalmente a abertura do Jornal Nacional”. In: **Globo desiste da grade e passa a cobrir “diante de seus olhos”**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/06/1298617-globo-suspende-transmissao-de-jogo-e-novelas-para-cobrir-protostos.shtml>>. Acesso em: 1 ago. 2016.

¹¹⁰ UOL. **Globo interrompe transmissão de novelas, e “JN” não tem edição para acompanhar protestos**. Disponível em <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/20/globo-interrompe-transmissao-de-novelas-e-jn-nao-tera-edicao-para-acompanhar-protostos.htm>>. Acesso em: 1 ago. 2016.

¹¹¹ “O ‘ao vivo’ é o índice de autoridade e de realidade – e a possibilidade da comunicação ao vivo altera também o padrão da comunicação como um todo. Uma imagem ao vivo em particular pode ser efêmera, breve ou duradoura, marcante ou irrelevante, mas o padrão da comunicação que institui a imagem ao vivo é perene: é o altar da verdade factual possível, o seu plano mais alto e mais irrecorrível de registro, o portal por onde a natureza ingressa na cultura, por onde o real se veste de imaginário, o livro de assinaturas em que dão entrada aqueles, aquelas e aqueles que irão adquirir existência simbólica. (BUCCI, 2008, p. 404).

Gráfico 2 - Percentual do uso do “ao vivo” para cobertura paulistana

No dia 20, só se usou o formato “vivo” (transmissões em tempo real). Do total dos 81 minutos disponíveis, 73 minutos e 21 segundos foram “ao vivo”, em 13 cidades (Rio de Janeiro, Brasília, Campinas, Belém, Porto Alegre, Fortaleza, Belo Horizonte, Goiânia, São Paulo, Florianópolis, Salvador, Recife, Vitória). Para ter uma ideia, o percentual de transmissão em tempo real da cobertura de São Paulo analisada para fins de comparação foi de 29,12%.

5.3. Temas do JN

Com relação aos temas das matérias do Jornal Nacional, podemos perceber a predominância de mostrar as multidões e passeatas. No dia 20 de junho, na edição que estamos analisando neste trabalho, foram mostrados 1.201 segundos de imagens de multidão ou passeatas, ou seja, 20 minutos e 1 segundo com esse tipo de imagem. No dia 20, apenas dois trechos mostram confronto entre polícia e manifestantes: ambos em Brasília¹¹², um com 40 segundos e outro¹¹³ com 35 segundos, totalizando 75 segundos. No entanto, há muitas

¹¹² Trecho Brasília 1, entre os minutos 2:21 e 4:28 no material do dia 20 de junho. A descrição dos trechos está no material digital que segue anexo a esta dissertação.

¹¹³ Trecho Brasília 4, entre os minutos 29:46/36:11 no material do dia 20 de junho. A descrição dos trechos está no material digital que segue anexo a esta dissertação.

cenar em que a PM e a multidão aparecem lado a lado (365 segundos, no total). No dia 20, não houve cenas de celebração ou diálogo – no entanto, em matéria do dia seguinte, há cenas de celebração na Avenida Paulista, em São Paulo.

Os trechos com maior exposição de depredação são Brasília¹¹⁴ (131 segundos) e Porto Alegre¹¹⁵ (62 segundos), sendo que no caso da capital gaúcha os 62 segundos foram exibidos sem interrupção. No caso de Brasília, os repórteres seguem descrevendo o que conseguem enxergar, e as câmeras conseguem mostrar mais do que eles vão contando. É o caso das fogueiras feitas pelos manifestantes e da depredação na escultura Meteoro, de Bruno Giorgi – em ambos os casos, o âncora William Bonner avisou os repórteres Ari Peixoto e Rita Yoshimine de que as cenas respondiam às dúvidas que eles levantavam. Em outro trecho sobre Brasília, entre os minutos 29:46 e 36:11, o âncora e os repórteres estão conversando quando começa um ataque ao Palácio do Itamaraty – do estúdio, Bonner estava dizendo que “a rigor, não há [havia] uma situação flagrante de violência ou de gente forçando portas, nada parecido com isso” enquanto se escutam os gritos dos manifestantes. Então, Bonner se emendou e alertou: “mas, agora, a gente quando vê fogo e avisa no ar, no improvisado. Poeta completa “tem fogo ali...” O policiamento havia se concentrado na entrada do Congresso e, aproveitando-se disso, os manifestantes avançaram sobre o Palácio do Itamaraty. Após essa transmissão, há um intervalo. Por volta das 20h30, Bonner volta e anuncia¹¹⁶ o início do Jornal Nacional:

Muito bem, nesta quinta-feira dia 20 de junho de 2013, o Jornal Nacional está iniciando. A partir de agora, uma edição completamente diferente daquela que estamos habituados pelos motivos que você vê claramente na tela da sua TV. Neste momento, as notícias mais importantes do dia estão transcorrendo diante dos seus olhos.

Estavam todos olhando as telas e narrando o que viam, ou achavam que viam. Houve momentos em que a situação mudou durante a transmissão, caso relatado acima em Brasília, com a depredação e tentativa de invasão do Itamaraty. Como também aconteceu de as imagens mostrarem uma cena, a repórter descrever uma situação, tentando contextualizar e, ao fundo, ser possível ouvir bombas estourando. Isso aconteceu na entrada da repórter Ana

¹¹⁴ Trecho Brasília 3, entre os minutos 15:45 e 21:12 no link utilizado da edição do dia 20 de junho.

¹¹⁵ Trecho Porto Alegre 2, entre os minutos 44:19 e 45:21 do link utilizado do dia 20 de junho.

¹¹⁶ O trecho está na página 19 da transcrição, que segue em anexo.

Paula Pinheiro¹¹⁷, de Campinas, cidade importante do interior paulista. Enquanto Pinheiro dizia que a tropa de choque “tentava negociar”, uma bomba estoura, sem que a imagem mostre o confronto – está na categoria “repressão”. Na transcrição do relato de 1 minuto e 30 segundos, aparecem seis ocorrências do barulho “bum” (bombas), que podem ter sido de efeito moral ou de gás lacrimogênio.

Gráfico 3 - Temas da cobertura do JN do dia 20 de junho, mensurados em segundos

¹¹⁷ Transcrição do referido trecho a seguir. Está na página 4 do anexo.

Bonner: Ok. Obrigado, Ari Peixoto. Agora gente sai da Capital Federal para o Estado de São Paulo, a Campinas, a cerca de 90, 95 quilômetros da capital paulista, quem fala de lá é Ana Paula Pinheiro. Boa noite, Ana Paula.

Ana Paula: Boa noite, Bonner. Olha, a tropa de choque acabou de chegar aqui em frente à prefeitura de Campinas na Avenida Anchieta, e agora se prepara para tentar avançar em direção ao protesto, o protesto que lota a Avenida Anchieta, a tropa de choque ((bum)) foi chamada depois que dezenas de bombas foram arremessadas aqui, na prefeitura, e muita depredação aqui em frente. ((bum)) Então, a tropa de choque agora se prepara, foram apagados alguns focos de incêndio ((bum)) aqui e a tropa tentar negociar. Algumas pessoas se aproximam ((bum)) ((bum)) mas a tendência é que a tropa vá, sim, em direção ao manifesto, em direção ao movimento. Aqui, em frente à prefeitura, também dezenas de guardas municipais com escudos. A escadaria estava lotada agora há pouco, a escadaria do Paço Municipal, e por causa da quantidade de bombas e de gás lacrimogêneo é que manifestantes, um grupo de manifestantes que estava aqui em frente, dispersou. Agora, com essas viaturas aqui em frente, o clima está um pouco mais tranquilo em frente à prefeitura e a expectativa é com a chegada da tropa de choque que se redireciona então para esse grupo de manifestantes, que, por sua vez também tenta chegar aqui em frente à prefeitura. ((bum)) Bonner.

Apesar de os confrontos terem chamado a atenção naquele dia 20, há predominância da temática passeata e multidão no material analisado. A partir dos resultados anotados na “ficha para análise de conteúdo categorial”, foi construída uma tabela no programa Excel, em que nas linhas estavam identificadas as matérias e nas colunas foram distribuídas suas características. Para obter os números do gráfico apresentado anteriormente (gráfico 3), foram realizadas somas dos tempos de cada uma das unidades.

Há clara predominância das imagens de “multidão”, em passeata ou não. Arriscamos a dizer que esse foi o lide, a informação mais importante de uma reportagem, do dia 20 de junho, mesmo que as depredações e eventuais confrontos com a polícia tenham sido evidenciados. Sem a possibilidade de edição, sem entrevistas com especialistas ou mesmo de informações mais precisas sobre quantidade de participantes, a escolha feita pelo JN foi a mais segura. Era visível, levando em conta não apenas o conceito de visibilidade diante dos olhos do telespectador como também a visibilidade dentro da perspectiva teórica deste trabalho, que a multidão nas ruas era “o” acontecimento. Havia também outra informação nesse contexto, que talvez tenha sido considerada, o fato de a própria emissora ser alvo de protestos e seus repórteres, hostilizados em campo. No dia 20, um repórter da GloboNews, canal de notícias do grupo na TV a cabo, foi atingido na testa por uma bala de borracha¹¹⁸; três dias antes o veterano repórter Caco Barcellos havia sido expulso da manifestação¹¹⁹ que se concentrava no Largo da Batata, em Pinheiros, zona oeste de São Paulo.

A categoria “multidão e passeata” possui imagens aéreas na sua grande maioria. Entre os 35 trechos analisados da edição do 20 de junho, 21 deles contêm imagens feitas de um helicóptero da emissora e os demais trechos classificados como não tendo imagens aéreas têm alguma gravação feita do alto de um prédio. Em nenhuma dessas unidades de análise há cenas na perspectiva do manifestante no meio do protesto, exceção feita a três unidades em que há a câmera no nível da rua, mas a reportagem está posicionada atrás dos policiais em serviço. Esse é o caso das entradas dos repórteres Fabiano Vilela, de Belém (Belém 1), e

¹¹⁸ NALDONI, Thais. **Repórter da GloboNews é atingido na testa por bala de borracha; Globo não exhibe novelas.** Disponível em

<http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/59529/reporter-da-globonews-e-atingido-na-testa-por-bala-de-borracha-globo-nao-exibe-novelas>. Acesso em: 15 ago. 2016.

¹¹⁹ GALHARDO, Ricardo. **Caco Barcellos é hostilizado por manifestantes em São Paulo.** Disponível em <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/2013-06-17/caco-barcellos-e-hostilizado-por-manifestantes-em-sao-paulo.html>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

Carla Bomfim, de Brasília, além de imagens de confronto na capital baiana, em que o repórter cinematográfico, sem crédito da emissora, parece estar sozinho.

Figura 24 - Neste trecho, o mais longo com a temática “passeata”, com 64 segundos, mal se veem as pessoas

A segunda temática mais frequente na análise é “depredação”. Foram incluídas nessa categoria as cenas de pessoas sobre a obra *Meteoro*, que fica na entrada do Palácio do Itamaraty, em Brasília, de fogueiras nas ruas e, ainda, imagens com placas derrubadas por manifestantes, ainda que a visualização não fosse clara. Uma imagem, pinçada no meio das transmissões sobre o assunto, chamou nossa atenção – a de um manifestante atirando pedras ou outros objetos em direção aos prédios públicos. A cena se repetiu em São Paulo, na noite do dia 18 de junho. Vista no meio da massa de pessoas, ela quase passa despercebida. No registro audiovisual da maior emissora de TV, a multidão sobressai sobre o indivíduo, o recuo da câmera mostra o grupo em ações que se dissolvem na cena em relação à força do ataque quase individual.

Gráfico 4 - Percentual do tempo de cada temática em relação ao tempo total da edição

A imagem que se destaca lembra um grafite de Banksy (*Rage, Flower Thrower*), artista conhecido por seus grafites contra o autoritarismo. Um manifestante que atira algo contra o sistema. No caso do artista plástico britânico, seu atirador usa flores de munição. Os atiradores de 2013, que incorporam e reproduzem a cena, dispensam a poesia. Querem destruir, de maneira concreta, com pedras, a Prefeitura de São Paulo e a sede da Justiça capixaba. Seriam necessárias articulações teóricas mais aprofundadas e índices bem construídos para nos certificarmos de que essa tenha sido *a única* imagem, dentro da perspectiva teórica deste trabalho, dessa edição do Jornal Nacional que analisamos. Mas registramos essa análise, deixando aberto um questionamento para futuras pesquisas.

Ainda sobre Banksy: não se sabe sua identidade, suas obras podem ser consideradas atos de vandalismo, sua arte está nas ruas, nos muros. E, ainda assim, há quem pague quantias de seis dígitos para ter um grafite seu. No caso de *Rage*, Banksy grafitou em território palestino, criticando “o militarismo israelense e sua opressão”¹²⁰.

O atirador de pedras das manifestações de 2013 é um indivíduo que vestiu o signo da rebeldia que Banksy reverberou com seu grafite. Um adendo: a imagem flutuante é um

¹²⁰ DICKENS, Luke. How did Banksy become the world's most famous vandal? Disponível em <<http://www.bbc.co.uk/timelines/zytpn39>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

grafite, produto de uma técnica chamada estêncil (molde), e isso permite inúmeras multiplicações da obra, reprodutibilidade que tende ao infinito, permitindo que a imagem deslize de significado em significado, ampliando suas chances de se fazer signo.

Figura 25 - Flower Thower, obra de Banksy (2005), na Palestina

Figura 26 - Ataque em Vitória (20/6/2013): homem com pano preto na cabeça e sem camisa

Figura 27 - Ataque à Prefeitura de São Paulo (18/6/2013): homem de camisa branca perto da grade

A imagem social, que circula e que não se prende a um único significado, como descrita na parte teórica deste trabalho, ainda precisa de estudos mais aprofundados para que possamos analisar esse tipo de material audiovisual com precisão e clareza.

Ver nunca é “pura visão”, não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas. (THOMPSON, 2008, p. 21)

E os Black Blocs? Na cobertura do dia 20 do Jornal Nacional e durante a cobertura da semana em São Paulo, os manifestantes vestidos de preto e com o rosto coberto não apareceram na tela da Globo. Talvez exista aqui uma pista de que o olhar, naquele momento, não havia sido apresentado a esse signo e, por isso, não tenha “conseguido” visualizá-lo. No campo das palavras, há algumas palavras que rodeiam esse significante tão presente na compreensão das manifestações de 2013. E algumas delas aparecem na cobertura do dia 20. Por exemplo, existem quatro menções a “vândalos”, sendo duas delas do próprio William Bonner, para “orientar” a atitude dos manifestantes que quisessem se diferenciar dos tipos violentos¹²¹. O âncora também critica quem esconde a identidade:

¹²¹ Transcrição, na página 37:

“Bonner: Né? E a gente tava comentando ainda há pouco, é sempre uma minoria, uma mino... uma minoria. Hoje circulou nas redes sociais uma informação interessante. Parece que na Argentina, quando vândalos começaram a depredar prédios

A gente identifica logo essa minoria, porque as pessoas que estão na rua para brigar por saúde, por educação, por um transporte mais digno ou contra a PEC 37, essas pessoas não precisam cobrir o rosto. Quando aparece alguém com uma máscara (...) ou com um pano. É. Isso deve querer dizer alguma coisa. E aí acaba virando bagunça. São os tais infiltrados que querem provocar tumulto.¹²²

Os âncoras também procuram afirmar e reafirmar que a violência parte de um grupo minoritário que não representa o conjunto dos manifestantes. A palavra “minoria” aparece em nove ocasiões, sendo que em cinco delas é uma escolha do âncora William Bonner. Enquanto isso, a palavra “violência” aparece 12 vezes, violenta, uma e violento, nenhuma. A palavra “vandalismo” surge em 15 frases e a expressão “quebra-quebra”, em cinco, em uma dinâmica que parece uma tendência de apontar o resultado do ato, sem localizar seus agentes.

Muito se discutiu – e muito ainda se discutirá – sobre as manifestações de 2013. Talvez haja uma expectativa de que se compreendam os fatos daquele mês de junho e de que se expliquem as consequências do terremoto social. O distanciamento no tempo, quando a poeira baixar, pode permitir enxergar com mais clareza. No entanto, pela rapidez e fluidez que são sinais do nosso tempo, algum tipo de análise é necessária ainda que sob o risco de precipitação ou parcialidade pelo frescor dos fatos. Isso se torna ainda mais visível quando se listam as manifestações que se seguiram às de 2013 e as quais ainda ocorrem em 2016 enquanto este texto é finalizado. É preciso congelar alguns daqueles momentos e analisá-los em separado, em si e entre si, buscando uma descrição da cobertura, procurando as temáticas que emergiram na grande imprensa televisiva, como que fotografando o momento, buscando o retrato possível.

A fissura que aqueles acontecimentos provocaram é que nos permite tentar, com tão pouco distanciamento de tempo, enxergar o estado do cenário da comunicação. Foi quando a instância da imagem ao vivo pode ser tocada. Uma boa parte das manifestações aconteceu nela. Foi por essa fresta que nos embrenhamos para chegar até aqui. Ainda há muito a pesquisar.

públicos, enfim, jogar fogo nas coisas, os verdadeiros manifestantes, aqueles que tinham organizado a manifestação, se sentavam no chão na rua. Aí ficavam só...

Patrícia: Interessante.

Bonner: [...] os vândalos de pé. Isso facilita o trabalho da polícia. E é fácil separar o joio do trigo numa situação como essa. É uma dica.”

¹²² Trecho na página 26 da transcrição em anexo.

Conclusão

A presente pesquisa partiu da necessidade de compreender as consequências, no cenário comunicacional e na produção de notícias, da nova ordem instituída pela preponderância da imagem e da constituição da instância da imagem ao vivo a partir do advento das transmissões em tempo real. Houve uma preocupação, desde o início do percurso acadêmico, em procurar articular a teoria a situações conhecidas dos profissionais de imprensa e mesmo da população em geral. Ao aproximar dessa maneira a academia e o público leigo, nossa intenção é proporcionar a interlocução possível entre as partes envolvidas, propiciando elementos para um tipo de letramento cada vez mais necessário para o exercício pleno da cidadania.

Para atingir o objetivo deste trabalho, buscar que imagens foram exibidas pelo Jornal Nacional, telejornal da maior emissora da TV aberta no Brasil, mostrou-se necessário percorrer, em primeiro lugar, um raciocínio teórico acerca das definições de imagem e visibilidade, duas palavras usuais no vocabulário cotidiano, conceitos fundamentais para a compleição atual do que Habermas definiu como espaço público, lugar de origem e destino do Jornalismo. A ruptura necessária, nessa etapa do estudo, se deu por meio da reflexão teórica de três conceitos, a saber: a sociedade do espetáculo, de Guy Debord, a era da eletricidade, de Marshall McLuhan, e a instância da imagem ao vivo, de Eugênio Bucci.

Com isso, a definição de imagem (na instância da imagem ao vivo, insistimos em deixar claro) ganhou contornos mais nítidos, como procuramos demonstrar no primeiro capítulo. Essa imagem, que se presta a significante, desloca-se pelos ambientes, não apenas do espaço público, entendido como lugar social de disputa pela visibilidade e pela legitimação de valores, mas também nos territórios da intimidade pessoal – é um fenômeno caro ao estudo das comunicações de massa, mas com forte influência também na psique dos indivíduos. A imagem desliza, em uma operação semelhante à do mundo das palavras, de significado em significado. Assim, ela se conecta a um valor, larga-o, une-se a outro, esgarça, se modifica e, como se estivesse em um rio, (es)corre no leito da linguagem. Esse flerte presta-se a uma ilusão de completude por meio do mecanismo descrito como valor de gozo. Ao obter o desejo, processo tão precível quanto as modas inventadas para o mercado de consumidores, ela pouco satisfaz, ela mais evidencia a próxima falta. Como elemento do

espetáculo, ela se apresenta totalizante: sufoca, pica, seduz, completa. Como constituinte da era da eletricidade, ela envolve e modifica o que, ou quem a vê.

Processo fundante da constituição da imagem, a visibilidade dá a condição de existência na instância da imagem ao vivo, cujo ponto de contato “físico” se dá por meio da tela do celular, do computador, da televisão. A consequência, dentro da perspectiva da sociedade do espetáculo, é a banalização – expediente do espetáculo para se manter atraente, ou, em outras palavras, a valorização do interesse *do* público em detrimento do interesse público. A busca da aprovação se dá por meio de mecanismos de recompensa simplistas: quantidade de visualizações no vídeo ou curtidas na postagem da propaganda de si mesmo por meio das selfies, por exemplo. O terreno fica árido para as questões políticas, uma vez que o público tende a se interessar por anedotas e picuinhas ou causas humanitárias, já que a solidariedade e a empatia não ultrapassam o limite do sofá ou ainda reivindicação de direitos e demandas sociais. Explorar seus mecanismos foi o objetivo do capítulo dois. A busca pelas imagens das manifestações precisou passar, na nossa opinião, por essa articulação teórica preliminar.

A operacionalização dos conceitos teóricos (imagem e visibilidade) na análise do *corpus* da pesquisa (a edição especial do Jornal Nacional) se deu por meio da análise de conteúdo, neste estudo que consideramos exploratório e qualitativo. A correlação entre o tempo de exibição de uma temática, entre as diagnosticadas no conjunto do material, e a visibilidade por ela alcançada nos levou a organizar a categorização do material em busca dos temas mais frequentes. Outro aspecto, cujo levantamento foi utilizado na parte empírica desta dissertação, foi a perspectiva pela qual os telespectadores acompanharam os acontecimentos. A imagem dominante na cobertura do Jornal Nacional de 20 de junho de 2013 foi de “multidão”. Para mostrar o que era importante, os cinegrafistas apontaram para massa em detrimento do indivíduo, olhavam do alto em vez de estar nas ruas, no mesmo nível que os manifestantes. Foi uma escolha segura, talvez pela surpresa dos eventos, do barulho que os protestos estavam promovendo dentro e fora das telas. Nas poucas imagens em solo, ninguém da TV Globo com equipamento de captação e transmissão viu Black Blocs naquele dia, apesar de criticar “uma minoria” mais violenta. Resta saber se não viram porque não conheciam ou se não sabiam porque não viram.

Uma imagem se destacou, mas não era uma de fácil absorção e entendimento. Foi a cena em que um rapaz ou uma moça atirava (pedras, pedaços de pau, o que estivesse à mão) contra as instituições (bancos, lojas, prédios do Poder Público). Esses incorporaram o personagem de um grafite conhecido, criado pelo artista britânico Banksy. Vestiram-se com o signo, sem ao menos saber. Mas, de certo, gozaram. Nessa situação, é possível apontar para um vestígio do valor de gozo em “funcionamento” – não há como comprovar. Meses depois, acostumados com os ninjas das passeatas, passamos a ver os Black Blocs nas capas das revistas, eles ganharam visibilidade, passaram a existir. Não temos como inferir que, então, esses personagens passaram a frequentar a pauta do Jornal Nacional, uma vez que a análise se deteve no dia 20 de junho. A análise de conteúdo proporcionou condições para nos aproximarmos dessa imagem que é social (precisa ter reconhecimento como condição de existência), itinerante (precisa circular para avaliar parte de seu valor) e instável (não se prende a um a único significado).

Vamos chegando ao final desse percurso de pesquisa com mais perguntas que respostas. Como identificar com precisão e clareza essa imagem que buscamos definir teoricamente? Que procedimentos metodológicos de pesquisa poderiam ajudar a classificar e mensurar os elementos circulantes na instância da imagem ao vivo? Que letramentos seriam necessários para que um indivíduo exerça, com plenitude, sua cidadania na nova configuração do cenário da Comunicação? Que tipo de classificação é possível estabelecer para o material audiovisual produzido tão abundantemente? A nosso ver, o estudo, que tem caráter exploratório, cumpre seu propósito de abrir caminhos para novas investigações.

As transmissões em tempo real, antes restritas aos grupos de comunicação, tornam-se mais acessíveis ao público que as consumia anteriormente. Essa abundância de material na instância da imagem ao vivo, lugar social desse tipo de produção ainda que não se restrinja a isso, age em favor da compreensão do conceito. A mudança, com o surgimento da instância da imagem ao vivo, é profunda: ela trouxe “um novo estatuto às formas de representação”, apoderando-se do “lugar de suporte de inscrição da verdade factual” (BUCCI, 2009, p. 66) anteriormente ocupado pela instância da palavra impressa, própria da imprensa escrita dos jornais diários e do Estado burguês. O momento para as reflexões a seu respeito é mais que oportuno. De que maneira a produção jornalística vai se readaptar a essa realidade? E como vai reagir à linguagem da publicidade, área em que a produção de valor (no imaginário) é

uma condição *sine qua non* para o sucesso das mercadorias, das imagens como mercadoria? Com a ideia de valor (conceito da teoria econômica) de gozo (conceito da teoria psicanalítica), estamos adentrando no território do desejo, do inconsciente. As consequências ficam cada vez mais imprevisíveis e incontroláveis. Apesar disso (e talvez justamente por isso), não podemos nos furtar ao esforço da pesquisa sobre o tema.

Para além do conteúdo distribuído em tempo real, a imagem ao vivo, a transmissão de um fato em acontecendo, derruba simultaneamente a barreira do tempo e a do espaço. Ela sintetiza uma nova condição: a do espaço ubíquo e a do tempo instantâneo, o que deixa o indivíduo da contemporaneidade sempre a um piscar de telas de qualquer informação, de qualquer mercadoria, de qualquer desejo – mesmo que, em muitos casos, nem sequer tenha acesso econômico a esses “produtos”. As imagens são protagonistas de tal processo, da separação que o estado da sociedade tornou inevitável, separação entre o que existe e o que é representação. Sua circulação, e velocidade com que ela se dá, tem potencializado seus efeitos. Uma vez que a essência do espetáculo está na representação, os fenômenos precisam estar aparentes, explícitos, precisam ser vistos, o que coloca a visibilidade como expediente da sociedade de consumo para atribuir valor ao que lhe interessa. Com isso, o invisível, ou seja, o que não chega até a instância da imagem ao vivo, não existe.

E, dentro dessa lógica, a banalidade circula em abundância, adquirindo mais valor, ganhando mais visibilidade conteúdos de interesse *do público* em detrimento dos assuntos de *interesse público*. A situação parece inverter a lógica: de mídia de massas passamos a um cenário de massa de mídias, o que poderia reforçar a democracia e o debate público, mas que, no final das contas, reforça as desigualdades dadas pelo Capital – quem tem mais dinheiro e poder tem mais condições de visibilidade e de argumentação no teleespaço público. Mesmo uma situação como a das manifestações de 2013, que abre caminho para outras demandas e pautas, chacoalha mas não altera os lugares de fala e de poder já constituídos. Pela abundância de conteúdo e demandas, pela visibilidade que a multidão alcança, a situação permite uma fresta por onde podemos observar algumas características dessa nova configuração da Comunicação, espinha dorsal da sociedade do século XXI.

Quando presenciamos um rapaz ou uma moça sem o tradicional engajamento político incorporar o personagem de um grafite como o “atirador de flores”, de Banksy, estamos diante de um fenômeno para o qual não podemos fechar os olhos. E mesmo que decidíssemos

cerrar nossas pálpebras, não seria possível ignorá-lo. É uma cadeia de significantes que se enlaça para criar signos de uma rebeldia adestrada pelo espetáculo. Banksy, cuja arte (o grafite com estêncil) está em criar obras reproduzíveis a qualquer tempo e lugar, não tem rosto conhecido, é anônimo como o manifestante que ele imprime no território palestino e como aquele garoto ou aquela menina que atiram suas pedras, em vez de flores, imprimindo-se em outros muros, deixando sua marca (de destruição) nos símbolos do Estado ou do Capital. O personagem, o atirador de flores, faz emergir a indignação, ao mesmo tempo em que desliza e se faz modelo para o manifestante de carne e osso. Na TV, pouco vemos essa imagem. O profissional de câmera na mão, de olhar empobrecido e embrutecido pelo espetáculo, se perde diante da multidão e capta, quase por acidente, o “atirador de flores” da vida concreta e cotidiana.

Quase na contramão, a imagem dos Black Blocs não dominou a cena na TV aberta, como fez nas narrativas das redes sociais e mesmo da mídia impressa. Signos representativos dessa nova ordem imposta pela imagem, os manifestantes vestidos de preto da cabeça aos pés talvez não pudessem ser vistos antes que sua existência fosse conhecida e enunciada. Ou não pudessem aparecer na tela, para que não alcançassem justamente a visibilidade que iria lhes conferir a existência – como um acordo tácito inconsciente para não dar importância ao que não interessa aos que se acham dono do espetáculo. Não há como saber, diante das limitações deste trabalho, o que foi causa e o que foi consequência de uma disputa por narrativa que, no atual momento, se dá com menos previsibilidade.

Imagem predominante foi a da multidão, que inundou as ruas e transbordou das telas em um fenômeno próprio do nosso tempo, as passeatas também aconteceram como imagem. A indignação se realizava não apenas com a presença nas passeatas, mas em textos, fotos e vídeos que desfilavam pelas redes sociais, diante dos olhos em frente às telas, em participações virtuais dos eventos, em audiência para as transmissões dos acontecimentos, em pressão às autoridades, que viam sua reputação ameaçada por legiões de potenciais eleitores protestando com abaixo-assinados virtuais. Entre as imagens daquele junho está a hashtag #vemprarua, como comentamos anteriormente. E quem fosse para a rua não dispensava uma selfie no meio do agito, que também chegaria às atualizações dos amigos.

O esforço desta dissertação foi contribuir para a discussão teórica das manifestações de 2013 sem perder de vista a prática jornalística, com o objetivo não apenas de mapear o

que foi feito como também de proporcionar elementos para reflexão do seu exercício profissional. Quais serão as consequências das manifestações de 2013? O que a imprensa apreendeu desse fenômeno? O olhar do cidadão ganhou espaço no telejornal? Os veículos de comunicação de massa estão mais atentos à opinião do público sobre a mídia? Os consumidores de notícia saíram dessa com mais crítica em relação ao que leem e assistem por aí? Ainda há muitas respostas a pesquisar.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, João Emiliano Fortaleza. **Reificação e linguagem em Guy Debord**. Fortaleza: Unifor/Ed. Uece, 2006. pp. 66-86.
- BARDIN, Laurence (2009). **Análise de Conteúdo**. Coimbra: Edições 70.
- BERGER, John (1974). **Modos de Ver**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. São Paulo: Editora Globo.
- BORDIEU, Pierre (1997). **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor
- BUCCI, Eugênio e KHEL, Maria Rita (2004). **Videologias**. São Paulo: Boitempo Editorial
- BUCCI, Eugênio (2006). **Ubiquidade e instantaneidade no teleespaço público: algum pensamento sobre a televisão**. In: *Revista Caligrama. Revista de Estudos e Pesquisa em Linguagem e Mídia*. Volume 2, número 3 – setembro a dezembro de 2006. ISSN: 1808-0820
- BUCCI, Eugênio (2008). **Em Torno de um Conceito Preliminar de Teleespaço Público**. In: BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita; BERCOVICI, Gilberto, MELO, Claudineu de (Orgs). *Direitos Humanos, Democracia e República – Homenagem a Fábio Konder Comparato*. São Paulo: Editora Quartier Latin do Brasil, p.399-428. ISBN: 85-7674-390-6
- BUCCI, Eugênio (2009). **Em torno da instância da imagem ao vivo**. *Revista Matrizes*, ano 3, nº. 1, p.65-79, ago/dez 2009.
- BUCCI, Eugênio (2010). **O olho que vaza o olho: fabricação industrial de signos visuais num tempo em que o olhar virou sinônimo de trabalho**. In: NOVAES, Adauto (org.), *A experiência do pensamento*. São Paulo: Edições Sesc, pp. 289 a 321
- BUCCI, Eugênio (2016). **A forma bruta dos protestos: estilos estéticos de junho de 2013**. No prelo.
- BUCCI, Eugênio e VENÂNCIO, Rafael (2014). **O valor de gozo: um conceito para a crítica da indústria do imaginário**. *Revista Matrizes*. São Paulo: v. 8, nº 1, jan/jun 2014, p.15-38.
- CARR, Nicholas (2010). **The shallows: what the Internet is doing to our brains**. New York: W. W. Norton & Company.
- CATALÀ, Joseph M. (2011). **A forma do real**. São Paulo: Editora Summus.
- CATELLS, Manuel (2003). **Internet e sociedade em rede**. In: *Por uma outra comunicação*. Rio: Record, p. 255 a 287
- CERVO, Amado Luiz e BERVIAN, Pedro Alcino (1983). **Metodologia científica**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil.
- COULDRY, Nick (2008). **Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling**. *News Media Society* 2008; 10; 373.
- DEBORD, Guy (1992). **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto.

FERRARA, Lucrécia D'Aléssio (2011). **A comunicação como espetáculo e dispositivo epistemológico**. In: Signo y Pensamiento 58 · Eje Temático | pp 40-51 · volumen XXX · enero - junio 2011

GIL, Antonio Carlos (2007). **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas.

GOHN, Maria da Glória (2014). **Manifestações de Junho de 2013 no Brasil e Praças de Indignados no Mundo**. Petrópolis: Vozes.

HABERMAS, Jürgen. **The Structural Transformation of the Public Sphere**. Massachussets: The MIT Press, 1991.

HARVEY, David (1993). **A condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola.

IANNI, Octavio (1994). **Globalização: novo paradigma das Ciências Sociais**. Revista Estudos Avançados. São Paulo: USP/IEA, Vol, 8, 21.

JUDENSNAIDER, Elena; LIMA Luciana; POMAR, Pedro e ORTELLADO, Pablo (2013). **20 Centavos: a luta contra o aumento**. São Paulo: Veneta.

LIVINGSTONE, Sonia (2003). **The Changing Nature and Uses of Media Literacy**. In MEDIA @LSE Electronic Working Papers.

LIVINGSTONE, Sonia (2011). **Internet literacy: as negociações dos jovens com as novas oportunidades on-line**. Revista Matrizes, ano 4, nº 2, p. 11-42, jan/jun 2011.

LOPES, Maria Immacolata V. (2005). **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola.

MALINI, Fábio (2014). **#VemPraRua: Narrativas da Revolta brasileira**. Trabalho apresentado no XII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación (Alaic 2014)

MATOS, Olgária (2006). **Discretas Esperanças**. São Paulo: Editora Nova Alexandria.

MARICATO, Ermínia [et al.] (2013). **Cidades Rebeldes**. São Paulo: Boitempo.

McLUHAN, Marshall (1994). **Understanding media**. Cambridge: MIT Press.

McLUHAN, Marshal (2005). **McLuhan por McLuhan**. Org. McLuhan, Stephanie e STAINES, David. Rio de Janeiro: Ediouro.

RECUERO, R.; ZAGO, G.; BASTOS, M. T. (2014). **O Discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo do Twitter**. In: Galaxia (São Paulo, Online), n. 28, p. 199-216.

SODRÉ, Muniz (2007). **Sobre a episteme comunicacional**. In: Matrizes. São Paulo, Vol, 1, Ano 1: pa. 15 a 26.

SHIRKY, Clay (2011). **Cultura da Participação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

SOLANO, Esther. **Legitimação de violência performativa no Black Bloc paulistano**. Trabalho apresentado no 8º Encontro da ANDHEP - Políticas Públicas para a Segurança Pública e Direitos Humanos, abril de 2014.

THOMPSON, John (2014). **A Mídia e a Modernidade**. Petrópolis: Editora Vozes.

THOMPSON, John (2008). A nova visibilidade. Revista Matrizes. São Paulo: v. 2, nº 1, p.15-38, 2014.

Anexo 1 – Ficha de classificação

FICHA PARA ANÁLISE DE CONTEÚDO CATEGORIAL

Programa: JORNAL NACIONAL		Data			
Duração total	% do total da edição	% em relação ao tempo padrão			
Unidade de análise (título)					
URL:				Acesso em	
Em tempo real?	() sim	() não			
() sem off ou repórter	() repórter aparece	() nota coberta		() só off	
Há sonoras?	() sim	() não			
Se há sonora, quem é entrevistado?				() governo	
() quem está no protesto	() MPL	() especialista			
() população em geral, transeuntes	() motoristas	() policiais			
Quem narra os acontecimentos?	() repórter	() âncora			
O profissional que está narrando aparece na tela?				() sim	() não
O que diz?	() apenas descreve	() emite juízo de valor		() descreve e opina	
Há conversa entre o âncora e o repórter?				() sim	() não
Qual é a temática da matéria ou da transmissão em tempo real?					
Polícia () sim () não		PM e manifestantes () sim () não			
Mostra diálogo? () sim () não		Mostra violência () sim () não			
Passeata? () sim () não		Depredação () sim () não			
Celebração? () sim () não		Repressão da PM () sim () não			
Quem são os manifestantes?	() Sem fantasia	() usam máscara	() são Black Blocs	() com bandeira do Brasil	() levam cartazes
Qual é a perspectiva de visão?		() helicóptero		() acima da multidão	
() entre os manifestantes		() próximo à PM			