

organizadores
Landressa Rita Schiefelbein
Patricia Biegging
Raul Inácio Busarello

reflexões em comunicação e literatura

organizadores
Landressa Rita Schiefelbein
Patricia Biegging
Raul Inácio Busarello

reflexões em comunicação e literatura



• São Paulo • 2021 •

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2021 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2021 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons: Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - CC BY-NC (CC BY-NC-ND). Os termos desta licença estão disponíveis em: <<https://creativecommons.org/licenses/>>. Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural. O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

Doutores e Doutoradas

Airton Carlos Batistela
Universidade Católica do Paraná, Brasil

Alaim Souza Neto
Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil

Alessandra Regina Müller Germani
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Alexandre Antonio Timbane
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Alexandre Silva Santos Filho
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Aline Daiane Nunes Mascarenhas
Universidade Estadual da Bahia, Brasil

Aline Pires de Moraes
Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil

Aline Wendpap Nunes de Siqueira
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Ana Carolina Machado Ferrari
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Andre Luiz Alvarenga de Souza
Emill Brunner World University, Estados Unidos

Andreza Regina Lopes da Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Antonio Henrique Coutelo de Moraes
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil

Arthur Vianna Ferreira
Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Bárbara Amaral da Silva
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Beatriz Braga Bezerra
Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Bernadette Beber
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Breno de Oliveira Ferreira
Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Carla Wanessa Caffagni
Universidade de São Paulo, Brasil

Carlos Adriano Martins
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Caroline Chioquetta Lorenset
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Cláudia Samuel Kessler
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Daniel Nascimento e Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Daniela Susana Segre Guertzenstein
Universidade de São Paulo, Brasil

Danielle Aparecida Nascimento dos Santos
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Delton Aparecido Felipe
Universidade Estadual de Maringá, Brasil

Dorama de Miranda Carvalho
Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Doris Roncareli
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Edson da Silva
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil

Elena Maria Mallmann
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Emanoel Cesar Pires Assis
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Erika Viviane Costa Vieira
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil

Everly Pegoraro
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Fábio Santos de Andrade
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Fauston Negreiros
Universidade Federal do Ceará, Brasil

Felipe Henrique Monteiro Oliveira
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Fernando Barcellos Razuck
Universidade de Brasília, Brasil

Francisca de Assiz Carvalho
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Gabriela da Cunha Barbosa Saldanha
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Gabrielle da Silva Forster
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Guilherme do Val Toledo Prado
Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Hebert Elias Lobo Sosa
Universidad de Los Andes, Venezuela

Helciclever Barros da Silva Vitoriano
*Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais
Anísio Teixeira, Brasil*

Helen de Oliveira Faria
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Heloisa Candello
IBM e University of Brighton, Inglaterra

Heloisa Juncklaus Preis Moraes
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Humberto Costa
Universidade Federal do Paraná, Brasil

Ismael Montero Fernández,
Universidade Federal de Roraima, Brasil

Jeronimo Becker Flores
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Jorge Eschriqui Vieira Pinto
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Jorge Luís de Oliveira Pinto Filho
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

José Luís Giovanoni Fornos Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Josué Antunes de Macêdo
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Júlia Carolina da Costa Santos
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Juliana de Oliveira Vicentini
Universidade de São Paulo, Brasil

Juliana Tiburcio Silveira-Fossaluzza
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Julierme Sebastião Morais Souza
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Karlla Christine Araújo Souza
Universidade Federal paraíba, Brasil

Laionel Vieira da Silva
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Leandro Fabrício Campelo
Universidade de São Paulo, Brasil

Leonardo Jose Leite da Rocha Vaz
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Leonardo Pinheiro Mozdzenski
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Lidia Oliveira
Universidade de Aveiro, Portugal

Luan Gomes dos Santos de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Luciano Carlos Mendes Freitas Filho
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Lucila Romano Tragtenberg
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Lucimara Rett
Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Marceli Cherchiglia Aquino
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Marcia Raika Silva Lima
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Marcos Pereira dos Santos
Universidad Internacional Iberoamericana del Mexico, México

Marcos Uzel Pereira da Silva
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Marcus Fernando da Silva Praxedes
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil

Margareth de Souza Freitas Thomopoulos
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Maria Angelica Penatti Pipitone
Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Maria Cristina Giorgi
*Centro Federal de Educação Tecnológica
Celso Suckow da Fonseca, Brasil*

Maria de Fátima Scaffo
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Maria Isabel Imbrônio
Universidade de São Paulo, Brasil

Maria Luzia da Silva Santana
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Maria Sandra Montenegro Silva Leão
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Michele Marcelo Silva Bortolai
Universidade de São Paulo, Brasil

Miguel Rodrigues Netto
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Nara Oliveira Salles
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Neli Maria Mengalli
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Patricia Biegging
Universidade de São Paulo, Brasil

Patricia Helena dos Santos Carneiro
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Patricia Oliveira
Universidade de Aveiro, Portugal

Patricia Mara de Carvalho Costa Leite
Universidade Federal de São João del-Rei, Brasil

Paulo Augusto Tamanini
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Priscilla Stuart da Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Radamés Mesquita Rogério
Universidade Federal do Ceará, Brasil

Ramofly Bicalho Dos Santos
Universidade de Campinas, Brasil

Ramon Taniguchi Piretti Brandao
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Rarielle Rodrigues Lima
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Raul Inácio Busarello
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Renatto Cesar Marcondes
Universidade de São Paulo, Brasil

Ricardo Luiz de Bittencourt
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Rita Oliveira
Universidade de Aveiro, Portugal

Robson Teles Gomes
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Rodiney Marcelo Braga dos Santos
Universidade Federal de Roraima, Brasil

Rodrigo Amancio de Assis
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Rodrigo Sarruge Molina
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Rosane de Fatima Antunes Obregon
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Sebastião Silva Soares
Universidade Federal do Tocantins, Brasil

Simone Alves de Carvalho
Universidade de São Paulo, Brasil

Stela Maris Vaucher Farias
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Tadeu João Ribeiro Baptista
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Taiza da Silva Gama
Universidade de São Paulo, Brasil

Tania Micheline Miorando
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Tarcísio Vanzin
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal de São Carlos, Brasil

Thiago Camargo Iwamoto
Universidade de Brasília, Brasil

Thiago Guerreiro Bastos
Universidade Estácio de Sá e Centro Universitário Carioca, Brasil

Thyana Farias Galvão
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Valdir Lamim Guedes Junior
Universidade de São Paulo, Brasil

Valeska Maria Fortes de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Vanessa Elisabete Raue Rodrigues
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Vania Ribas Ulbricht
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Walter de Carvalho Braga Júnior
Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Wagner Corsino Enedino
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Wanderson Souza Rabello
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Washington Sales do Monte
Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Wellington Furtado Ramos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES

Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc

Adilson Cristiano Habowski <i>Universidade La Salle - Canoas, Brasil</i>	Antônia de Jesus Alves dos Santos <i>Universidade Federal da Bahia, Brasil</i>
Adriana Flavia Neu <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>	Antonio Edson Alves da Silva <i>Universidade Estadual do Ceará, Brasil</i>
Aguimario Pimentel Silva <i>Instituto Federal de Alagoas, Brasil</i>	Ariane Maria Peronio Maria Fortes <i>Universidade de Passo Fundo, Brasil</i>
Alessandra Dale Giacomini Terra <i>Universidade Federal Fluminense, Brasil</i>	Ary Albuquerque Cavalcanti Junior <i>Universidade do Estado da Bahia, Brasil</i>
Alessandra Figueiró Thornton <i>Universidade Luterana do Brasil, Brasil</i>	Bianca Gabriely Ferreira Silva <i>Universidade Federal de Pernambuco, Brasil</i>
Alessandro Pinto Ribeiro <i>Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil</i>	Bianka de Abreu Severo <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>
Alexandre João Appio <i>Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil</i>	Bruna Carolina de Lima Siqueira dos Santos <i>Universidade do Vale do Itajaí, Brasil</i>
Aline Corso <i>Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil</i>	Bruna Donato Reche <i>Universidade Estadual de Londrina, Brasil</i>
Aline Marques Marinho <i>Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Brasil</i>	Bruno Rafael Silva Nogueira Barbosa <i>Universidade Federal da Paraíba, Brasil</i>
Aline Patricia Campos de Tolentino Lima <i>Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil</i>	Camila Amaral Pereira <i>Universidade Estadual de Campinas, Brasil</i>
Ana Emídia Sousa Rocha <i>Universidade do Estado da Bahia, Brasil</i>	Carlos Eduardo Damian Leite <i>Universidade de São Paulo, Brasil</i>
Ana Iara Silva Deus <i>Universidade de Passo Fundo, Brasil</i>	Carlos Jordan Lapa Alves <i>Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil</i>
Ana Julia Bonzanini Bernardi <i>Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil</i>	Carolina Fontana da Silva <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>
Ana Rosa Gonçalves De Paula Guimarães <i>Universidade Federal de Uberlândia, Brasil</i>	Carolina Fragoço Gonçalves <i>Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil</i>
André Gobbo <i>Universidade Federal da Paraíba, Brasil</i>	Cássio Michel dos Santos Camargo <i>Universidade Federal do Rio Grande do Sul-Faced, Brasil</i>
André Luis Cardoso Tropiano <i>Universidade Nova de Lisboa, Portugal</i>	Cecilia Machado Henriques <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>
André Ricardo Gan <i>Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil</i>	Cintia Moralles Camillo <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>
Andressa Antonio de Oliveira <i>Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil</i>	Claudia Dourado de Salces <i>Universidade Estadual de Campinas, Brasil</i>
Andressa Wiebusch <i>Universidade Federal de Santa Maria, Brasil</i>	Cleonice de Fátima Martins <i>Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil</i>
Angela Maria Farah <i>Universidade de São Paulo, Brasil</i>	Cristiane Silva Fontes <i>Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil</i>
Anísio Batista Pereira <i>Universidade Federal de Uberlândia, Brasil</i>	Cristiano das Neves Vilela <i>Universidade Federal de Sergipe, Brasil</i>
Anne Karynne da Silva Barbosa <i>Universidade Federal do Maranhão, Brasil</i>	Daniele Cristine Rodrigues <i>Universidade de São Paulo, Brasil</i>

Daniella de Jesus Lima
Universidade Tiradentes, Brasil

Dayara Rosa Silva Vieira
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Dayse Rodrigues dos Santos
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Dayse Sampaio Lopes Borges
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Deborah Susane Sampaio Sousa Lima
Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

Diego Pizarro
Instituto Federal de Brasília, Brasil

Diogo Luiz Lima Augusto
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

Ederson Silveira
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Elaine Santana de Souza
*Universidade Estadual do Norte Fluminense
Darcy Ribeiro, Brasil*

Eleonora das Neves Simões
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Elias Theodoro Mateus
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Elisiene Borges Leal
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elizabeth de Paula Pacheco
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Elizânia Sousa do Nascimento
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elton Simomukay
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Elvira Rodrigues de Santana
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Emanuella Silveira Vasconcelos
Universidade Estadual de Roraima, Brasil

Érika Catarina de Melo Alves
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Everton Boff
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Fabiana Aparecida Vilaça
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Fabiano Antonio Melo
Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Fabricia Lopes Pinheiro
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Fabício Nascimento da Cruz
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Fabício Tonetto Londero
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Francisco Geová Goveia Silva Júnior
Universidade Potiguar, Brasil

Francisco Isaac Dantas de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Francisco Jeimes de Oliveira Paiva
Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Gabriella Eldereti Machado
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Gean Breda Queiros
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Germano Ehleret Pollnow
Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Giovanna Ofretorio de Oliveira Martin Franchi
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Glaucio Martins da Silva Bandeira
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Handerson Leylton Costa Damasceno
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Helena Azevedo Paulo de Almeida
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Heliton Diego Lau
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Hendy Barbosa Santos
Faculdade de Artes do Paraná, Brasil

Inara Antunes Vieira Willerding
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Ivan Farias Barreto
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Jacqueline de Castro Rimá
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Jeanne Carla Oliveira de Melo
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

João Eudes Portela de Sousa
Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

João Henriques de Sousa Junior
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Joelson Alves Onofre
Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil

Juliana da Silva Paiva
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Junior César Ferreira de Castro
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Lais Braga Costa
Universidade de Cruz Alta, Brasil

Leia Mayer Eyng
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Manoel Augusto Polastrelli Barbosa
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Marcio Bernardino Sirino
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Marcos de Souza Machado
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Marcos dos Reis Batista
Universidade Federal do Pará, Brasil

Maria Aparecida da Silva Santandel
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Maria Edith Maroca de Avelar Rivelli de Oliveira
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Maurício José de Souza Neto
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Michele de Oliveira Sampaio
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Miriam Leite Farias
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Natália de Borba Pugens
Universidade La Salle, Brasil

Patricia Flavia Mota
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Raick de Jesus Souza
Fundação Oswaldo Cruz, Brasil

Railson Pereira Souza
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Rogério Rauber
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Samuel André Pompeo
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Simoni Urnau Bonfiglio
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Tayson Ribeiro Teles
Universidade Federal do Acre, Brasil

Valdemar Valente Júnior
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Wallace da Silva Mello
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Wellton da Silva de Fátima
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Weyber Rodrigues de Souza
Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil

Wilder Kleber Fernandes de Santana
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

PARECER E REVISÃO POR PARES

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.

Direção editorial	Patricia Biegging Raul Inácio Busarello
Editora executiva	Patricia Biegging
Coordenadora editorial	Landressa Schiefelbein
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Laura Linck
Editoração eletrônica	Gabrielle Lopes Lucas Andrius de Oliveira Peter Valmorbida
Imagens da capa	Freepik, Pikisuperstar - Freepik.com
Revisão	Autores
Organizadores	Landressa Rita Schiefelbein Patricia Biegging Raul Inácio Busarello

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R332 Reflexões em comunicação e literatura. Landressa Rita Schiefelbein, Patricia Biegging, Raul Inácio Busarello - organizadores. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. 115p..

Inclui bibliografia.
ISBN: 978-65-5939-213-1 (brochura)
978-65-5939-214-8 (eBook)

1. Comunicação. 2. Literatura. 3. Jornalismo. 4. Poesia.
5. Publicidade. 6. Jornalismo. I. Schiefelbein, Landressa Rita. II.
Biegging, Patricia. III. Busarello, Raul Inácio. IV. Título.

CDU: 300
CDD: 300

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.148

PIMENTA CULTURAL
São Paulo - SP
Telefone: +55 (11) 96766 2200
livro@pimentacultural.com
www.pimentacultural.com



2 0 2 1

SUMÁRIO

Apresentação..... 11

Capítulo 1

O jornalista na história 13

Ligia Andrade Machado

Alice Mitika Koshiyama

Capítulo 2

Censura e a liberdade no jornalismo..... 22

Ligia Andrade Machado

Alice Mitika Koshiyama

Capítulo 3

**O Lirismo Moderno na Poesia
de Ana Cristina Cesar..... 35**

Gilda Sabas de Souza

Capítulo 4

**O desejo de ser feliz:
a realidade retratada na ficção 55**

Patricia Biegging

Raul Inácio Busarello

Landressa Rita Schiefelbein

Capítulo 5

**A construção de identidades
no mundo virtual..... 74**

Ana Carolina de Araújo Abiahy

Capítulo 6

**Abordagem multimodal aplicada
ao gênero publicitário 91**

Vera Lúcia Viana de Paes
Arlete Ribeiro Nepomuceno
Gicélia Veloso Moreira

Sobre os autores e as autoras 110

Índice remissivo..... 114

APRESENTAÇÃO

REFLEXÕES E OLHARES

A reflexão é um dom humano, o qual, junto à fala, nos diferencia dos demais animais. É intrínseco à nossa natureza refletir e comunicar e, neste livro, os autores e autoras buscam, em cada capítulo, esmiuçar pontos distintos e/ou convergentes da comunicação e literatura.

Em um primeiro momento as autoras Ligia Andrade Machado e Alice Mitika Koshiyama nos apresentam um panorama geral da história do jornalismo, para a seguir, retornarem no segundo capítulo com um ponto mais específico, tratando da censura e liberdade de jornalismo começando na Roma antiga.

No terceiro capítulo, somos direcionados a literatura buscando analisar e compreender o lirismo moderno da poeta Ana Cristina Cesar, através das palavras da autora Gilda Sabas de Souza. E, a seguir, somos levados ao mundo mágico criado por J. K. Rowling em Harry Potter e a Pedra Filosofal, onde os autores Patricia Biegging, Raul Inácio Busarello e Landressa Rita Schiefelbein analisam e trazem à luz aspectos subjetivos da história através de elementos cotidianos e do desejo de ser feliz.

Após a análise de histórias ficcionais, partimos para o quinto capítulo da obra, de autoria de Ana Carolina de Araújo Abiahy, onde ela analisa a realidade das identidades no mundo da cibercultura sob o viés do pensamento de Maffesoli, Foucault e Bourdieu.

sumário

No sexto e último capítulo desta obra, as autoras Vera Lúcia Viana de Paes, Arlete Ribeiro Nepomuceno e Gicélia Veloso Moreira trazem uma análise multimodal de um anúncio da marca O Boticário, trazendo à reflexão pontos como a atemporalidade da juventude, o poder da beleza e noção de que uma marca de produtos cosméticos possa ser “portadora” da beleza.

Assim, através de análises do passado, do presente, do real e do ficcional apresentamos o livro “Reflexões em comunicação e literatura”.

Boa leitura!

Landressa Rita Schiefelbein

sumário



1

Ligia Andrade Machado

Alice Mitika Koshiyama

O JORNALISTA NA HISTÓRIA

sumário

Ao longo da história, a imprensa sempre exerceu e reiterou papel importante na dissolução e construção de governos, imagens, parâmetros e na sociedade como um todo. Ao lembrarmos governos marcantes na história brasileira, como o de Vargas, dos militares de 1964 a 1985, e até mesmo os mais recentes e atuais, como o de Lula, Dilma e Bolsonaro, é inevitável a verificação da importância da imprensa como ferramenta ora de manipulação, ora de resistência.

Não à toa, é recorrente em governos autoritários a censura à liberdade de imprensa. Na história do jornalismo fora de terras brasileiras e através dos séculos, a censura dos poderosos sempre marcou as páginas dos jornais quando estes escreviam matérias “não favoráveis”. Assim se deu em momentos marcantes da história, como na Revolução Francesa, Revolução Russa, na ascensão do fascismo e até mesmo nos Estados Unidos, de governo aparentemente democrático, com a Guerra do Vietnã.

O jornalismo e os jornalistas enfrentam através da história os mais diversos obstáculos na divulgação da informação de qualidade e correta, seja por imposição governamental ou mesmo pela falta de direitos e conflitos de interesse entre veículos privados. Muitas vezes também, o jornalista encontra-se submerso pela autocensura por escolha própria ou por ignorância de outros fatos. Esta situação ficou notável na cobertura jornalística da Guerra do Vietnã, na qual correspondentes, deparando-se com cenários que não condiziam com o que achavam verdade, enfrentaram confrontos internos e com população e governo americanos.

Mesmo quando os correspondentes captavam alguma coisa suspeita de como eram realmente as condições dos combatentes, não eram necessariamente encorajados a transmiti-la para a pátria: na verdade, um conhecimento como o que obtinham, inspirava silêncio. (KNIGHTLEY, 1978, p. 140)

No Brasil, a história da imprensa não é diferente.

Getulio Vargas, enquanto permaneceu no poder, sempre teve uma relação conflituosa com a imprensa. Embora a ideia de liberdade de imprensa tivesse alavancado a revolução de 1930, esta logo foi substituída pela censura prévia quando Vargas assumiu. Durante o Governo Provisório, à beira da segunda Grande Guerra, comentava-se a admiração do seu governo pelo fascismo nos bastidores, o que já seria um indício sobre seu comportamento com o jornalismo e com os jornalistas.

O nacionalismo exacerbado de Vargas acaba abrangendo também a imprensa. O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) surge com o intuito de disseminar as ideias do Governo ditatorial de Vargas, iniciado em 1937 com o Estado Novo. Para isso, o DIP detinha o controle de diversas centrais de divulgação, com o controle e a censura de conteúdos nos meios do rádio, do teatro, do turismo, do cinema e da imprensa.

É interessante notar a preocupação do Governo Vargas, e de tantos outros governos, com a censura de matérias consideradas “negativas” à pátria. A importância da imprensa na época é tão grande a ponto de ser o meio escolhido para formar a imagem do presidente para o povo. Essa dissonância entre censura e incentivo à imprensa em Vargas foi tão grande que até hoje as ações do DIP ressoam.

Pelo lado do incentivo à imprensa, em benefício próprio, o DIP cria a “Hora do Brasil”, programa de rádio responsável por transmitir os principais feitos do governo ditatorial durante o Estado Novo. Embora claramente apresentasse cunho unilateral e sempre com imagem positiva do presidente e de seus feitos, o programa existe até os dias de hoje.

Pelo lado da censura, o Estado Novo fechou jornais e proibiu novas publicações que não fossem pró-governo. Foi neste período que Monteiro Lobato foi preso, devido a uma carta direcionada ao

sumário

presidente criticando o retardamento pelo governo da construção de estruturas petrolíferas nacionais. Também é preso Graciliano Ramos devido a suas tendências políticas, tendo escrito o livro “Memórias do Cárcere”, no qual relata seu período na cadeia.

A censura começa a se esvaír apenas com o começo da Segunda Grande Guerra, na qual a contradição de Vargas, que se posicionou ao lado dos Aliados e não do fascismo, começou a ser exposta. A censura deste período, porém, não impediu a ascensão de Assis Chateaubriand, magnata da comunicação entre 1930 e 1960. Chatô, como era conhecido, mantinha relações sociais com Vargas, empresários e políticos, praticando o chamado “jornalismo do editor”.

O gradual processo de liberdade de imprensa, no entanto, não perdurou por muito tempo. O golpe militar de 1964 chegou ao poder com truculência e inimizade ao jornalismo. A questão da assinatura de matéria começou a ser repensada, devido a perseguições impostas a jornalistas que não agissem conforme a vontade ditatorial.

Surge então a imprensa alternativa, na intenção de lutar contra a ideologia militar. Jornais e revistas tinham curto período de publicação, devido a problemas financeiros e à censura. Foi sucessora da imprensa panfletária e da imprensa anarquista operária, que militavam contra a ordem estabelecida, e os jornais se dividiram em predominantemente nacionalistas e de influências americanas.

A partir de 1969, o jornalismo se enriquece e se fortalece contra a ditadura. Vladimir Herzog é assassinado, um crime contra o jornalista de excelência que era e o jornalismo brasileiro em geral. Três linhas surgiram: o jornalismo engajado, anti-doutrinário e o de humor, como o *Pif-Paf* de Millor Fernandes. Estes jornais, também, apareciam e desapareciam muito rapidamente, mas chegaram a cobrir movimentos importantes, como as manifestações estudantis de 1968.



sumário

Não foi, no entanto, apenas a ditadura militar que impôs censura sobre a sociedade e jornalistas. As torturas, perseguições, alterações nas matérias e repressão devem permanecer em primeiro plano. Deve-se, porém, notar que houve parte da sociedade e dos próprios jornalistas, ou donos de jornais, que preferiram se adequar ao contexto da época. O milagre econômico, por exemplo, acaba por gerar grande auto-censura devido ao seu sucesso. Jornalistas que escreviam contra a ditadura eram interpretados como opositores ao progresso da nação e, assim, muitos leitores o abandonavam. Depois de um tempo, alguns jornais deixaram de produzir reportagens críticas.

Cláudio Abramo, em seu livro “A regra do jogo”, descreve muito bem como a ética do jornalista deve ser através da história, referencial constante do autor durante sua obra. É interessante pensar em seu ponto como contraponto a atitude de alguns durante a ditadura, ao mesmo tempo em que reforça a atitude de outros muitos que foram perseguidos e torturados.

O que o jornalista não deve fazer que o cidadão comum não deva fazer? O cidadão não pode trair a palavra dada, não pode abusar da confiança do outro, não pode mentir. No jornalismo, o limite entre o profissional como cidadão e como trabalhador é o mesmo que existe em qualquer outras profissão. É preciso ter opinião para poder fazer opções e olhar o mundo da maneira que escolhemos. Se nos eximimos disso, perdemos o senso crítico para julgar qualquer outra coisa. O jornalista não tem ética própria. Isso é um mito. A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista. (ABRAMO, 1989, p. 109)

Através da perspectiva da ética do jornalista na história, também é importante pensar em sua própria história, isolando-o como profissional. É o que faz Edgard Leuenroth em seu livro “A Organização dos Jornalistas Brasileiros: 1908-1951”, e também José Hamilton Ribeiro, em “Jornalistas 1937 a 1997”.

sumário

Leuenroth reúne documentos e recordações sobre as organizações de jornalistas, seus sindicatos, patrimônios, acordos e convenções. Diz que, além de passar o tempo pensando nos outros, é necessário ao jornalista pensar também em si mesmo, fortalecendo a profissão e o profissional. Em sua obra, temas como a educação do jornalista entra em pauta, com comentários de Freitas Nobre sobre o caráter concreto e anarco-sindicalista de Edgard Leuenroth.

O historiador tem, aí, um rico manancial de elementos informativos, com a precisão de um arquivista, com as cautelas de um bibliotecário, com o rigor de um publicitário, com a sensibilidade do jornalista que reuniu todas essas qualidades profissionais numa personalidade polimorfa, inquieta, inconformada, características de uma extraordinária juventude que ele conservou por toda a vida. (LEUENROTH, 1987, prefácio)

José Hamilton Ribeiro, em seu livro, comenta, em uma linha do tempo, sobre as dificuldades salariais dos jornalistas e a autocensura feita durante o período da ditadura, dando como exemplo as Folhas, compradas pelos Frias em 1962. Também comenta sobre os “anos de chumbo”, no qual, até então, 10 jornalistas haviam sido mortos e 12 desaparecidos.

A Constituição de 1988, após lenta abertura política, conseguiu reforçar a regulamentação profissional no jornalismo: o diploma passava a ser necessário para o exercício da profissão, com cursos de quatro anos. Foi nessa época também que a informática deu as caras ao mundo do jornalismo. Ao mesmo tempo em que trouxe avanços, também causou a demissão de revisores e gráficos. Somente na Folha, mais de 70 profissionais foram demitidos, e o número saltou para 474 em 1984, quando foi criado o Manual da Folha.

Com a garantia de mais direitos e com o aumento de exemplares vendidos, o jornalismo conseguiu encontrar dignidade na sociedade brasileira. Porém outros problemas ainda precisavam ser resolvidos, muito mais graves do que a mudança de plataforma: o assédio no meio jornalístico. Assédios morais e sexuais entre colegas de profissão, entre-

sumário

vistados, poderosos e donos de veículos sempre existiram e, no entanto, o assunto só começa a ser mais discutido conforme avançam os anos.

O assassinato da jornalista Sandra Gomide por Pimenta Neves é um grave exemplo do assédio que ronda as redações. Em 1960, as mulheres eram minoria, e trabalhavam em suplementos femininos ou de menor prestígio, devido ao machismo. Sandra, repórter do “Estado de S. Paulo”, é assassinada em 2000 por Neves, diretor da redação do jornal, ao tentar encerrar a reportagem que mantinham por anos. Um caso que deveria ter sido noticiado ampla e gravemente, mas que foi atenuado pela mídia devido ao prestígio do diretor e à normalização do assédio dentro do local de trabalho.

Cristiane Oliveira Reimberg, em seu artigo “Quando o trabalho do jornalista é cenário para o assédio moral”, faz um levantamento sobre o assédio dentro das redações, e os números são impressionantes. Com a pergunta “Você já vivenciou ou presenciou alguma situação de assédio moral?”, a maioria falou que já presenciou casos de assédio moral, outros falaram que ouviram de amigos e outros relataram já ter sofrido assédio.

Os depoimentos mostram que assédio moral e assédio sexual podem fazer parte das rotinas de trabalho do jornalista. Alguns jornalistas apontaram que se deve enfrentar a situação e tentar se impor. Por outro lado, o que se percebe é que quando a situação acontece a pessoa se vê sem força para reagir ou as relações são naturalizadas a tal ponto que se impede a reação, pois há a conveniência organizacional. Algumas situações de humilhação parecem ser usadas no jornalismo como uma forma de extrair produtividade ou como forma de controle para limitar as ações do outro e o fazer obedecer. A humilhação também serve para controlar o outro, que passa a se vigiar e a se submeter para não ser o próximo. (REIMBERG, 2015, p. 13)

Com tantos episódios marcantes e tantos problemas a serem ainda solucionados, é difícil concluir, com precisão, o que é ser jornalista na história. Talvez fosse razoável pensarmos que, como ser que narra fatos presentes, ser jornalista é acompanhar a sociedade

como um todo, progredindo conforme ela progride e aprendendo conforme ela aprende. Uma ressalva importante, entretanto, é que não se pode separar o jornalismo do que se é justo.

O Norte do jornalista deve sempre ser a justiça, e, para isso, o conhecimento da história do mundo se torna imprescindível. Para contornar governos que dão indícios de autoritarismo, cabe ao jornalista analisar os fatos presentes, para que não se noticiem falácias que, além de prejudiciais à sociedade, não são justas. Conhecer a história, neste caso e em tantos outros, pode dar ao jornalista a bagagem que precisa.

Freitas Nobre, no prefácio do livro de Edgard Leuenroth, caracteriza o jornalista como o “personagem da história que escreve”. Ser jornalista é justamente isso: colocar acima de seus interesses, os interesses da história, dos fatos e da busca pela verdade. Não confundir, jamais, ser o “personagem da história que escreve”, com o “personagem que escreve a história”. Isso é ser jornalista na história.

REFERÊNCIAS

Abramo, Cláudio. *A Regra do Jogo: o Jornalismo e a Ética do Marceneiro*, São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

Fernandes, Bob. *Depoimento sobre ser jornalista*. Entrevista disponível em: <http://www.omercadodenoticias.com.br/entrevistas/>.

KNIGHTLEY, Phillip. *A Primeira Vítima: o correspondente de guerra como herói, propagandista e fabricante de mitos, da Criméia ao Vietnã*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

KOSHIYAMA, Alice Mitika. *O assassinato da jornalista Sandra Gomide: violência de gênero em uma rotina de assédio moral no trabalho*. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM, <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1597-2.pdf>.

sumário

LEUENROTH, Edgard. *A Organização dos Jornalistas Brasileiros 1908-1951*. São Paulo: COM-ARTE, 1987.

Neto, Geneton Moraes. *Depoimento sobre ser jornalista*. Entrevista disponível em: <http://www.omercadodenoticias.com.br/entrevistas/>.

REIMBERG, Cristiane. *Sofrimento no trabalho jornalista*. Congresso da INTERCOM 2016, GT-Teoria do Jornalismo, São Paulo, 2016.

Reis, Daniel Aarão. *O sol sem peneira*. O apoio da sociedade civil foi fundamental para a longa vida da ditadura militar no Brasil. Disponível em: <https://beckerhistoria.files.wordpress.com/2016/05/o-sol-sem-peneira.pdf>.

RIBEIRO, José Hamilton. *Jornalistas 1937 a 1997*. São Paulo: Editora Imprensa Oficial, 1998.

sumário



2

Ligja Andrade Machado

Alice Mitika Koshiyama

CENSURA E A LIBERDADE NO JORNALISMO

sumário

O primeiro jornal do qual se tem notícia surgiu por volta de 59 a.C., com Júlio Cesar no poder, e se propunha a informar a população romana sobre fatos sociais e políticos ocorridos no Império, como campanhas militares, julgamentos e execuções. A *Acta Diurna*, como foi batizado o jornal, cravava notícias em grandes placas brancas e era então exposta em grandes locais públicos, como praças, enquanto os Correspondentes Imperiais, que hoje podemos chamar de repórteres, eram enviados a todas as regiões e províncias romanas a fim de acompanhar e escrever notícias. Por ser uma publicação oficial do Império Romano, o jornalismo feito não era de forma alguma imparcial – nunca publicava notícias negativas de derrotas do Exército Romano nem escândalos envolvendo pessoas públicas e aliados do Imperador. Em outras palavras, a *Acta Diurna*, embora difundisse notícias, era mais propaganda que jornal.

Destarte é possível perceber, já a partir do primeiro jornal da história, a tendência que o jornalismo tentaria tomar pelos próximos séculos e governos: a do jornalismo oficial. Assim foi na Monarquia Francesa e na Rússia Czarista, por exemplo, com a liberdade de imprensa censurada e o poder jornalístico guiado apenas por veículos ligados ao governo. E assim também pode ser descrito o princípio da imprensa ao redor de todo o mundo.

A partir disso, se é possível constatar que, além de informar, o jornal é uma ferramenta poderosa capaz de influenciar e beneficiar quem o detém. Talvez por isso sua história seja marcada pela censura e pelas revoluções.

Na Monarquia Francesa, a liberdade de imprensa foi combatida veementemente. Os únicos jornais de circulação permitida eram aqueles veiculados pela própria Monarquia, como o *Jornal de Paris* e o *Gazette de France*. Estes, é claro, informavam apenas as notícias que lhes interessavam, ignorando a fome e os princípios revoltosos que aconteciam em território francês ao final do século XVIII. Além da censura prévia ins-

sumário

taurada pelo controle ideológico, privilégios editoriais eram concedidos a alguns e o monopólio era cedido à aristocracia francesa.

Com as ideias iluministas em ascensão e com a incipiente liberdade de imprensa, a França passou a ver uma pluralidade de ideias escritas antes veladas. O número de jornais expandiu consideravelmente, passando da mão exclusiva da aristocracia para diversos jornalistas e escritores. O povo começava a ter voz, já que alguns jornais, dirigidos exclusivamente para eles, como o *Père Duchesne*, traziam ilustrações e palavras mais vulgares como atrativos para disseminar ideais jacobinos.

É a partir de então, na Revolução Francesa, que os jornais e os jornalistas mostram suas diversas facetas, indo contra o jornalismo oficial anterior. Para Hannah Arendt, o que a faz revolução é justamente o fim da naturalização da questão social, na qual há distinção entre pobres e ricos, buscando pelos mesmos direitos.

A questão social começa a desempenhar papel revolucionário quando, na Idade Moderna, e não antes, os homens começam a duvidar que a pobreza fosse inerente à condição humana, a duvidar que a distinção entre os poucos que, por circunstâncias, força ou fraude, conseguiram libertar-se dos grilhões da pobreza, e a miserável multidão de trabalhadores, fosse inevitável e eterna. (ARENDR, 1988, p. 18)

Assim, buscando na filósofa uma explicação para a revolução que se dá com o jornalismo a partir de uma revolução política e social, é possível perceber que uma é inerente à outra. A liberdade de imprensa é e sempre será imprescindível ao surgimento de novas ideias e ideais, assim como ocorreu a partir de 1789. A passagem do poder da aristocracia para classes sociais consideradas inferiores, sendo que estas escreviam também para classes mais inferiores que elas, foi a forma como a revolução jornalística encontrou seu meio de se expandir e se afirmar.



sumário

Ademais, a secularização descrita por Arendt, que é a “transformação ou passagem de coisas, fatos, pessoas, crenças e instituições, que estavam sob o domínio religioso, para o domínio leigo”, consegue explicar, através da questão política e social, o fenômeno que também se deu com o jornalismo e a imprensa insurgente. Não à toa, com o Iluminismo, que abriu as portas para a Revolução Francesa, a difusão de livros proibidos pelo clero e pela aristocracia aumentou sensivelmente, além dos livros científicos, almanaques, panfletos ideológicos e, claro, jornais.

Por fim, Hannah Arendt também descreve a libertação a fim de se chegar na liberdade, sendo a primeira estar livre de opressões e a segunda uma opção política de vida, ao se ter participação na vida pública. Este processo também se deu com o jornalismo.

Somente onde ocorrer mudança, no sentido de um novo princípio, onde a violência for utilizada para constituir uma forma de governo completamente diferente, para dar origem à formação de um novo corpo político, onde a libertação da opressão almeje, pelo menos, a constituição da liberdade, é que podemos falar de revolução”. (ARENDR, 1988, p. 18)

Na Rússia, prestes ao estouro da Revolução Comunista de 1917, a classe operária era submetida ao poder absolutista dos Czares. Apesar da distância secular da Revolução Francesa, os revolucionários russos apoiaram-se nela como base para seu governo, assim como tantas outras revoluções.

Segundo Lenin, haveria três tipos de imprensa. A primeira seria a imprensa burguesa, na qual a mídia giraria em torno do capital e interesses financeiros e o partidarismo seria proibido. A segunda seria a imprensa revolucionária, que seria partidária, faria disseminação da revolução, seria gratuita e feita para a classe trabalhadora. Já a terceira, ultrapassando os dois primeiros estágios, seria a imprensa soviética. Nela, a imprensa serviria como

ferramenta para educação econômica, transparência no mundo do trabalho e seria essencial para a construção do socialismo soviético: cada “comuna de trabalho” teria sua publicação própria.

A cobertura internacional sobre a Rússia foi um ponto marcante do jornalismo nessa época. Poucos foram os correspondentes que noticiaram a chegada de Lenin ao poder e, as notícias que eram publicadas, muitas vezes deixavam de informar acontecimentos importantes. Wilson, correspondente do The Times, por exemplo, perde a revolução devido a sua viagem a Londres e o The Times fica sem cobertura. Além disso, a maioria dos jornais ocidentais acabam se posicionando contra os bolcheviques, o que fez com que o The New York Times, por exemplo, noticiasse 91 vezes entre 1917 e 1919 que os bolcheviques estavam prestes a cair ou que já tinham caído quando, na verdade, assumiam o poder.

Em nota, o The Times explica o porquê da falha dos correspondentes em cobrir a guerra que acontecia:

A principal razão para o fracasso dos correspondentes [de guerra] era que eles próprios não compreendiam os acontecimentos. Afinal, não se interpuseram obstáculos para chegarem diretamente à linha de frente – desde que não tentassem chegar até lá quando algo em particular estava acontecendo; não estabeleceram restrições quanto às pessoas com quem poderiam falar – com a condição de não falarem com ninguém ocupado! (...) Oficiais de imprensa dirigiam seus movimentos tão de perto que mal tinham qualquer iniciativa na escolha de onde deveriam ir. O indivíduo que voltava depois de um período de tempo na linha jamais desejava descrever como era. Mesmo quando os correspondentes captavam alguma coisa suspeita de como eram realmente as condições dos combatentes, não eram necessariamente encorajados a transmiti-la para a pátria: na verdade, um conhecimento como o que obtinham, inspirava silêncio”. (KNIGHTLEY, 1978, p. 103)

Assim, nessa nova fase do jornalismo, podemos notar um novo tipo de censura: além da censura feita pelos próprios russos, redações de jornais agora decidiam o que era ou não importante noticiar, de acordo com seus interesses, e silenciavam as notícias que não se encaixavam neles.

Essa nova forma de censura, praticada não pelos governos, mas pelos próprios jornalistas, acarretou a desinformação de seu público e, para o Primeiro Ministro britânico, ao final de 1917, uma consequência maior:

Se as pessoas realmente soubessem, a guerra acabaria amanhã. Mas, naturalmente não sabem e não podem saber. Os correspondentes não escrevem e a censura não aprovaria a verdade. (KNIGHTLEY, 1978, p. 103)

O jornalismo no sistema capitalista pode ter suas regras de jogo explicadas pelo *faz- de-conta-que-não-faz*, segundo Alain Acardo em "A estranha ética dos jornalistas". Para o autor, o campo jornalístico só poderia funcionar graças à impostura do jornalista, uma vez que ele só poderia contribuir para a manutenção da ordem simbólica, no caso o capitalismo, fazendo de conta que não o faz, como se não tivesse outro princípio senão a utilidade pública e o bem comum, a verdade e a justiça.

Aqui vemos como a censura, que se apossou do jornalismo conforme o passar dos séculos, conseguiu atingir o ponto de assemelhar-se à liberdade, não apenas nas redações, como nos próprios jornalistas e na sociedade. Atendendo agora ao capitalismo ao invés de governos ou ideologias amplamente difundidas e visivelmente em função, a consciência e a ética jornalística trabalham para o modelo atual sem se dar conta disso, em uma auto- encenação constante.

De modo geral, os financistas e comerciantes que se apropriaram de uma parte substancial da mídia não têm necessidade de ditar aos jornalistas o que eles devem dizer ou mostrar. Não precisam violentar suas consciências, nem transformá-los em

sumário

propagandistas. O senso de dignidade jornalística jamais o aceitaria. Para garantir uma informação fiel ao melhor dos mundos capitalistas, nada melhor (salvo circunstâncias e casos particulares) que deixar os jornalistas trabalharem livremente ou, para ser mais exato, deixá-los acreditar que seu trabalho não obedece a nenhum outro imperativo, a nenhum outro limite, senão os impostos pelas regras específicas do jogo jornalístico, aceitas por todos. Deve-se confiar na 'consciência profissional'. (ACCARDO, 2000, online)

Entre 1835 e 1843, Honoré de Balzac escreve *Ilusões Perdidas*. Na época, o jornalismo recente e o jornal de massa, como expõe Aduato Novaes, aliados ao sistema de assinaturas e anúncios pagos, significaram algo como a "máquina a vapor" da indústria. Ou seja, transformam totalmente o quadro do jornalismo e da literatura, criando o fenômeno moderno do jornalismo.

A partir de sua personagem principal, um jovem escritor que se torna jornalista, Balzac trata a relação entre jornalismo e literatura. Os romances eram publicados como folhetins nos próprios jornais, o que acabava por misturar ficção com não-ficção. *Ilusões Perdidas* mostra como o jornal se torna uma representação contínua do que se passa com o mundo e os problemas que advêm dessa captação da realidade. As críticas se relacionam à característica de intérpretes da realidade que os jornalistas tomam para si, apossando-se em certo grau do papel de um escritor.

Podemos dizer que o jornalismo é uma Para-Literatura, no sentido de que é uma representação da realidade, como a literatura também é. Só que o jornalismo segue outras regras de representação da realidade, que embora não sejam ficcionais, porque elas se propõe a falar da realidade, de fatos acontecidos, de fatos verídicos, portanto de se reportar a todo tempo ao real, nós podemos dizer que o jornalismo é também uma forma de ficção. (ACCARDO, 2000, online)

Ilusões Perdidas, assim, é capaz de explicar as diversas versões que o jornalismo, em praticamente toda a sua história de vida,

sumário

apresenta a fatos coincidentes. Os correspondentes na Revolução Comunista de 1917, como já explicitado, noticiaram e não noticiaram diversas notícias de acordo com as razões implicadas tanto pela censura das redações, como pelo *faz-de-conta-que-não-faz* dos jornalistas e a interpretação da realidade diversificada. O mesmo, sob outras formas, também ocorre na cobertura da Guerra do Vietnã e em tantos outros episódios históricos.

Apesar de mais bem noticiada, a cobertura jornalística da Guerra do Vietnã, principalmente pela mídia estadunidense, também é fortemente criticada. Mais uma vez, fontes oficiais são as primeiras a serem ouvidas e publicadas, o que não traduzia, em sua maioria, a realidade da guerra.

Nos anos em que ocorreu o declínio de Diem, primeiro presidente do Vietnã do Sul após a independência, acompanhado pelo crescente envolvimento americano no país, o único jornal diário com correspondente *full-time* em Saigon era o *The New York Times*. As outras plataformas jornalísticas recorriam a terceiros para publicarem notícias sobre o Vietnã. Além disso, os correspondentes eram credenciados pelo governo de Diem, o que gerava certo controle sobre as informações que seriam disseminadas.

A censura novamente aparece nos jornais. Embora os Estados Unidos não estivessem fazendo uma campanha exemplar na guerra, jornais estadunidenses noticiavam suas supostas conquistas sem apurar as informações oficiais que lhes eram repassadas. O motivo talvez possa ser dado pelo patriotismo, ou então pelos interesses da mídia em não parecer pessimista ao leitor e ao governo.

Ao contrário das guerras anteriores, a do Vietnã foi a primeira a ser tratada sem nenhum tipo de censura por parte das forças armadas. Os jornalistas, porém, eram adulados de tantas formas que acabava infringindo-se neles a necessidade de retribuição com o governo dos

sumário

Estados Unidos. Assim, a própria relação desenvolvida entre mídia e forças armadas norte-americanas se transformou em forma de censura. As regras de segurança dadas pelos militares eram aceitas voluntariamente pelos repórteres e muitos deles, também por livre escolha, só saiam em campanhas acompanhados por tropas americanas.

A liberdade, todavia, acabava no *front*. Atrás dele, nas hostilidades e derrotas americanas, as matérias eram dificilmente aprovadas pelas redações, já que divergiam das versões oficiais. O ataque à embaixada americana televisionado e a revelação do massacre de My Lai começaram a reverter este cenário, e muitos começaram a ver a verdadeira guerra.

Apesar da pressão governamental estadunidense, a Guerra do Vietnã foi a mais bem noticiada, o que acabou por fazer com que a culpa de sua derrota recaísse sobre a mídia. Essa fama, no entanto, não traduz a revelação dos massacres, pois estes, de tão comuns e corriqueiros que se tornavam, já não eram mais considerados notícia. As atrocidades militares cometidas contra civis não eram acompanhadas profundamente pela forma de pensar dos jornalistas, que viam em sua descrição apenas os fatos, e não julgamentos — assim, evitavam “especular sobre o aspecto moral da guerra”. Os veículos que publicavam as atrocidades cometidas pelas tropas americanas eram acusados pelo público de fazer propaganda comunista, sofrendo ataques.

Pressões e ataques de lado, o jornalismo na Guerra do Vietnã foi o responsável maior por desmentir sua versão oficial, e revelar ao seu público o que realmente acontecia. Foi por causa dessa cobertura que o governo americano teve de admitir que havia uma guerra de fato acontecendo e também explicar-se perante os crimes de guerra que suas tropas cometiam contra civis. Pode-se concluir que a imprensa, então, foi responsável por parte da derrota dos Estados Unidos não por transmitir a verdade, mas por desmascarar as mentiras que eram contadas pelo governo.

Harrison E. Salisbury, do New York Times, o primeiro correspondente de uma grande jornal dos Estados Unidos a seguir para o Vietnã do Norte, escrevendo de Hanói, em dezembro de 1966, disse: “Qualquer que seja a explicação, todo mundo pode ver que os aviões dos Estados Unidos estão despejando um volume enorme de explosivos, em alvos puramente civis.” Isto forçou o governo a reconhecer que os pilotos americanos atingiam acidentalmente áreas civis, enquanto tentavam bombardear alvos militares, e tornaram Solisbury uma figura muito detestada em Washington. (KNIGHTLEY, 1978, p. 526)

Dado o fim da Guerra do Vietnã, nunca mais os jornalistas puderam voltar a cobrir tais confrontos com a mesma liberdade de então. Surge, a partir dela, o jornalista embedded, sujeito à cerca de cinquenta normas das Forças Armadas norte-americanas para realizar a cobertura, além de ter de apresentar suas matérias aos militares antes de publicá-las. É notória a força que o jornalismo foi capaz de evocar nesse período e, apesar da censura ainda presente, apercebe-se a responsabilidade do jornalista com a verdade e com os fatos.

Saindo do Vietnã e pisando diretamente em solos americanos, podemos observar como esse compromisso com a verdade se firmava no jornalismo. Em 1962, a imprensa veiculava fatos que demonstravam que o então presidente, Eisenhower, mentia. Richard Nixon, ao assumir o cargo, começa uma campanha por desmentir a imprensa e desmerecê-la, visando denegrir sua credibilidade. Nixon chega a proibir publicações sobre o caso “*The Pentagon Papers*” pelo *The New York Times* e abala a liberdade de imprensa estadunidense, prejudicando ainda mais sua credibilidade.

O caso *Watergate*, desvendado pelos jornalistas Carl Bernstein e Bob Woodward do *Washington Post*, foi a expressão maior do jornalismo e de sua busca pela verdade da época. Investigando a fundo o arrombamento do Comitê Nacional Democrata, no edifício Watergate, os repórteres conseguiram chegar a um esquema de espionagens e sabotagens ligado ao presidente Richard Nixon, do

Partido Republicano. A cobertura, que se estendeu por mais de dois anos, culminou com a renúncia de Nixon ao cargo.

A reportagem de Bernstein e Woodward, ganhadora do Prêmio Pulitzer em 1973, não foi, entretanto, a primeira a ir contra o sistema e desvelá-lo. Em 13 de janeiro de 1898, Émile Zola, escritor francês, publica sua matéria com a manchete “*J’accuse...!*” (“Eu acuso..!”), na qual, através de uma carta aberta de Zola ao presidente da França, acusa o governo de fazer parte da conspiração que levou Alfred Dreyfus à prisão perpétua injustamente, sob a suspeita de ser espião pelo lado alemão. Com isso, Émile Zola consegue libertar Dreyfus, escancarar o antissemitismo que movia seus perseguidores e marcar a figura do intelectual que sai de seu espaço de conforto para intervir diretamente na esfera pública, por meio da imprensa.

Diferentemente da manchete e da carta de Zola, que, quando veiculadas, demonstraram a força das ideias e da visão subjetiva, assim como a potência da opinião livre e justa na imprensa independente, a cobertura jornalística do escândalo de Watergate comprovou que a apuração objetiva dos fatos, quando fere o poder, pode ter efeitos ainda mais devastadores. Seu vigor não vem da reflexão audaciosa e da escrita penetrante, mas do esforço físico, braçal. Nesse caso, a estrela não é o pensador ou o escritor, e sim o repórter incansável, que persegue informações em jornadas exaustivas, muitas vezes insalubres: o operário da notícia. (BUCCI, 2014, online)

Dessa maneira, apesar de não marcar o início do jornalismo investigativo, muitos estudiosos da imprensa veem na cobertura do escândalo de Watergate o marco de seu fortalecimento. O jornalista começa a seguir certo parâmetro de conduta e apuração e, apesar de veicular notas oficiais, não as usa como base, mas como respostas ao que se foi investigado. O mais importante é que o jornalismo, então, volta-se contra o poder.

Para Luiz Cláudio Cunha, essa oposição aos detentores do poder é justamente o que faz do jornalismo, de fato jornalismo.

A proximidade da imprensa com o governo abafa, distorce o jornalismo. A distância entre governo e imprensa é conveniente para ambos, útil para a sociedade e saudável para a verdade. Jornalismo é tudo aquilo de que o governo não gosta. Tudo aquilo de que o governo gosta é propaganda. (CUNHA, 2021, online)

O chamado *New Journalism* (Novo Jornalismo), criado pelo escritor e jornalista norte-americano Truman Capote em 1956, objetiva dar nuances líricas e enfoques mais imaginativos a reportagens, permitindo o jornalista a se inserir na narrativa sem alterar a realidade da notícia. Missão complicada, uma vez que, assim como expõe Balzac em seu livro e estudiosos sobre o gênero, a literatura pode comprometer a credibilidade factual jornalística, o jornalismo literário começa a ter espaço de destaque na contemporaneidade.

Ainda são muitos os desafios que se impõem ao jornalismo. Além da busca por um estilo definitivo que consiga suprir as problemáticas da escrita e da parcialidade, a credibilidade por parte da população também se encontra em desenvolvimento, o que acaba por dificultar, muitas vezes, o entendimento entre repórter e público.

Com a emergência cíclica de governos extremistas, por ambos os lados, as ameaças à liberdade de imprensa e aos jornalistas parecem se tornar, cada vez mais, ócios do ofício. Por mais que jornalistas consigam escapar, esporadicamente e com coberturas incríveis, da barreira oficial que se contrói entre a verdade e sua publicação, a liberdade de fato ainda precisa ser conquistada: tanto a do governo, quanto a das redações e até mesmo a dos próprios jornalistas e seu público.

REFERÊNCIAS

- ACCARDO, Alain. A estranha ética dos jornalistas: submissão chique. Traduzido por Rúbia Prates. In: *Le Monde Diplomatique*, ano 1, n.4, maio de 2000, edição brasileira. Disponível em: <http://www.pampalivre.info/estranha_etica_jornalistas.htm>. Acesso em: 20 jul. 2019.
- ARENDRT, Hannah. *Da revolução*. São Paulo: Ática; UnB: Brasília, 1988.
- BELLANGER, Claude, GODECHOT, Jacques & GUIRAL, Pierre. *Histoire Générale de la Presse Française* (vol. 1). Paris: Presses Universitaires de France, 1969.
- BORGES, Lorena Araújo de Oliveira. *Entre a Informação e a Censura no Front: a guerra perdida dos correspondentes*. Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Goiás. Goiás, 2005. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/4141/5/TCCG%20-%20Jornalismo%20-%20Lorena%20Ara%C3%BAjo.pdf>.
- BUCCI, Eugênio. Para não esquecer Watergate. *Observatório de imprensa*. Publicado em 13/05/2014 na edição 798. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed798_para_ao_esquecer_watergate/>. Acesso em: 5 jun. 2021.
- CUNHA, Luiz Cláudio. Todos temos que lembrar. [Discurso proferido na cerimônia de diplomação de notório saber do jornalista Luiz Cláudio Cunha, em 9 de maio de 2011]. *Observatório de imprensa*. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/todos-temos-que-lembrar/>>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- KNIGHTLEY, Phillip. *A Primeira Vítima: o correspondente de guerra como herói, propagandista e fabricante de mitos, da Criméia ao Vietnã*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.
- SCHILLING, Voltaire. Os Intelectuais e os Direitos do Homem, 4 partes. Disponível em: <<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/mundo/intelectuais.htm>>. Acesso em: 25 jul. 2019.
- WISNIK, José Miguel [palestra]. *Ética das Aparências e Ética das Imagens* - Aduato Novaes (concepção e roteiro). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=sipVwxOIDZs>>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- RODRIGUES, Vivianny. *História do Jornalismo*. Disponível em: <<http://abiinter.com/sala-de-imprensa/21-historia-do-jornalismo>>. Acesso em: 10 jun. 2021.
- ZOLA, Émile. *L'Affaire Dreyfus: la Vérité en Marche*. Createspace Independent Publishing Platform, 2018.



3

Gilda Sabas de Souza

**O LIRISMO
MODERNO NA
POESIA DE ANA
CRISTINA CESAR**

INTRODUÇÃO

“Lá onde cruzo com a modernidade, e meu pensamento passa/ como um raio, a pedra no caminho é o time que você tira de / campo”. (CESAR, 1998, p. 154). Ana Cristina Cesar ao se referir ao poema *No meio do caminho*, de Carlos Drummond de Andrade sugere um novo fazer poético. Ela diz que “a pedra no meio do caminho é o time que você tira/ de campo”, ou seja, a “pedra” é o elemento que rompe com as regras tradicionais do fazer poético, o que evidentemente, favorecerá um novo lirismo em manifestação.

A partir da sugestão da poeta pretende-se refletir a respeito dos artifícios e os princípios de organização da poesia enquanto processo construtivo do lirismo moderno, baseadas em teorias de (FRIEDRICH, 1991), (CAMARGO, 1990), (SILVA, 1975) e (CARA, 1992).

Estabelece-se a hipótese de que Ana Cristina Cesar, em sua representação subjetiva, ao construir um sujeito lírico a partir da “coisa” poética, desconstrói a si Mesmo e o Outro. É possível perceber por meio das análises dos poemas que a poeta ao romper com as regras pré-estabelecidas quanto ao método de composição de versos, estrofes, rimas e outras características estéticas da poesia, indica que o sujeito lírico presente em sua poesia trata de um sujeito lírico moderno, ou seja, esse sujeito lírico não se preocupa em falar de si mesmo, de sua subjetividade, de sua solidão, ele se apresenta de modo fragmentado, obscuro, porque foi criado a partir da estruturação da linguagem, pela poeta.

Apresentou-se de modo breve a vida e obra da poeta, em especial, sobre a sua própria existência posta em dúvida por ela mesma, a partir de sua criação poética, e o processo de construção do lirismo moderno, tendo em vista que a poesia de Ana Cristina é criada devido ao rompimento das regras tradicionais, o que permite um processo de estruturação da linguagem que possibilita a manifestação do lirismo moderno.

QUEM É A POETA ANA CRISTINA CESAR?

O poeta é um fingidor.
Finge tão completamente
Que chega a fingir que é dor
A dor que deveras sente.
Fernando Pessoa

Soneto
Pergunto aqui se sou louca
Quem quem saberá dizer
Pergunto mais, se sou sã
E ainda mais, se sou eu
Que uso o viés pra amar

E finjo fingir que finjo
Adorar o fingimento
Fingindo que sou fingida
Pergunto aqui meus senhores
Quem é a loura donzela
Que se chama Ana Cristina
E que se diz ser alguém
É um fenômeno mor
Ou é um lapso sutil?
(CESAR, 1998, p. 38)

Dizer que, Ana Cristina Cruz Cesar é filha de Waldo Aranha Lenz Cesar e Maria Luiza Cesar, que nasceu em dois de junho de 1952, no Rio de Janeiro, que em 1959 suas primeiras poesias foram publicadas no “Suplemento Literário” do jornal carioca *Tribuna da Imprensa*, foi Licenciada em Letras pela Pontifícia Universidade Católica (PUC) do Rio de Janeiro, em 1975, tornou-se Mestre em Comunicação pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1979, exerceu atividade jornalística, editorial, traduziu obras de importantes escritores estrangeiros, como: Dylan Thomas, Emily Dickinson, Sylvia Plath e Katherine Mansfield, escreveu para vários

sumário

sumário

jornais e revistas, participou da antologia *26 poetas hoje*, de 1976, que em edições independentes, publicou *Luvras de Pelica*, *Cenas de Abril*, *Correspondência Completa* e uma pesquisa sobre literatura no cinema, chamada *Literatura não é documento*, em 1980, lançou *A teus pés*, sua última publicação em vida, e que faleceu em 29 de outubro de 1983, não responde a pergunta feita no título deste texto.

Contar que a poeta Ana Cristina Cesar surgiu no início dos anos 70 no cenário da literatura brasileira, que participava dos debates, colaborava em jornais e revistas e frequentava os grupos de poetas ditos "Marginais", embora a sua obra já se diferenciasse da poesia do grupo de sua geração, como explica Maria Lúcia de Barros Camargo (1990, p. 9), "A poesia de Ana Cristina é considerada, corretamente, como não experimental, não formalista, no sentido da filiação às correntes estéticas que ocupavam o centro da cena.", e destacar que Armando Freitas Filho organizou a edição póstuma *Inéditos e Dispersos*, composta por poemas escritos a partir dos nove anos de idade até os últimos textos produzidos às vésperas da morte da poeta, (os poemas estão organizados cronologicamente: 1961-72; 1975-79; 1979-82; 1982-83), ainda assim, não responde à pergunta.

Ressaltar que Ana Cristina, arranjou a linguagem a partir do recorte que fez do mundo, para criar um lirismo, por vezes até irônico, e que a sua poesia é feita de palavras que não pretendem comunicar nada, apenas desejam ser a coisa mesma, também não responde à questão.

Declarar que a poeta no poema *Soneto* apresentado no início deste texto, faz confissões inconfessáveis, apresenta a vida em fragmentos e um "eu" que deixa de ser um "eu" particular, tornando-se um "eu" plural, um "eu" cheio de Anas: uma Ana que deixa de ser Ana; outra Ana que procura Ana. Que Ana questiona a identidade de Ana, e que ela questiona sobre a sua própria existência. Que a sua dúvida a respeito de quem é chega a ser angustiante, mediante ao Ser que é, mas que não se reconhece. Que ela não sabe que pessoa

sumário

ou coisa ela é para o mundo, e no mundo. Se ela é louca, se ela é sã, ou ainda se aquela que ela olha é ela mesma, ela não sabe dizer. E o que é pior, não sabe como obter tais respostas, pois não sabe quem poderá respondê-la. “Quem quem saberá dizer” ela pergunta. Que alguém além dela, já que ela não sabe responder, terá a resposta? Quem? E com ironia, Ana finge fingir que finge fingir, porque necessita ser fingida. Para amar, ela diz: “uso o viés para amar”, fingir fingindo que finge, fingindo que é fingida, é a melhor maneira que Ana encontra para provar a sua existência. Porém, se tudo é fingimento, só se finge ser, a dúvida permanece. As perguntas feitas na primeira estrofe do soneto continuam sem respostas.

Ana Cristina, na terceira estrofe do soneto escreve: “Pergunto aqui meus senhores / Quem é a loura donzela / Que se chama Ana Cristina”, ela pergunta aos seus senhores, não pergunta a qualquer um. Afirmo ainda que é aqui, neste lugar, nesta hora, neste tempo, que ela quer saber: “Quem é a loura donzela”, não é qualquer loura, é a loura donzela, “Que se chama Ana Cristina”.

Quem é Ana Cristina, loura donzela, que é ao mesmo tempo aquele “eu”, que ela queria saber se era ela, na primeira estrofe do soneto e que na quarta estrofe diz ser alguém, embora, não saiba que alguém é esse, “É um fenômeno mor” / “Ou é um lapso sutil?” Ou um engano? Um descuido? Um deslize?

Mediante o exposto, é importante ressaltar que o escritor moderno, segundo Barthes (2004, p.61),

nasce ao mesmo tempo que seu texto; não é, de forma alguma, dotado de um ser que precedesse ou excedesse a sua escritura, não é em nada o sujeito de que o seu livro fosse o predicado; outro tempo não há senão o da enunciação, e todo texto é escrito eternamente *aqui e agora*.

Nos escritos poéticos de Ana Cristina é possível perceber as considerações feita por Barthes a respeito do processo de escritura do escritor moderno, ou seja, não se pode afirmar que o sujeito lírico de sua poesia é ela mesma. Outra questão relevante a respeito de Ana Cristina, é que ela atuou como docente e escreveu poesias, cartas, ensaios, ficção, fez traduções; o que a torna uma escritora revestida de várias narrativas. Eveline Hoisel (2019, p.75) esclarece que

a partir da atuação do escritor múltiplo, anfíbio, polivalente, que produz uma literatura também anfíbia, híbrida, na qual as fronteiras da ficção e da crítica, da ficção e da teoria, da ficção e do discurso pedagógico se esbarroam e são produzidas ficções críticas, espaço indecível que é ficção e é crítica, é ficção e é ensaio e/ou é crítica e ficção e/ou ensaio e ficção.

Diante da explanação de Hoisel a respeito do escritor múltiplo, da dúvida posta pela própria Ana Cristina na sua escritura poética sobre a sua existência, e a confirmação de Fernando Pessoa (1972) que “O poeta é um fingidor.”, continuamos indagando: Quem é afinal, a loura donzela chamada Ana Cristina? Quem é a poeta Ana Cristina Cesar? Quem, quem saberá dizer?

A LÍRICA MODERNA E A POESIA DE ANA CRISTINA CESAR

Ana Cristina, poeta, surgiu no cenário da literatura brasileira, na década de 70, o que nos permite dizer que a sua poesia está inserida na contemporaneidade e que, portanto, a sua escritura poética apresenta características relacionadas com as inovações ocorridas na poesia moderna, ou seja, a sua escritura poética difere das características da lírica romântica.

sumário

É importante ressaltar, que no Romantismo, a poesia não é mais vista como o conceito neoclássico da mimesis aristotélica, ela deixa de ser justificada como imitação e passa a ser a expressão inspirada da alma. Dentro da nova escala de valores, a poesia lírica ocupará lugar de destaque em suas produções estéticas e reflexivas. Sobre a lógica da sintaxe, prevalecem as relações de sons, ritmos e imagens porque esses elementos compõem os versos do poema. Salvatore D'Onofrio (2000, p. 329) explica que:

A filosofia da vida do homem romântico é caracterizada por aspectos contraditórios. Devido ao conflito insuperável entre o ideal inacessível e o real aviltante, procura-se ou a fuga na solidão e na morte ou a luta para modificar a realidade, ou um suave lirismo ou uma amarga ironia, ou a simplicidade popular ou refinado individualismo.

Ou seja, o homem romântico vive em conflito entre o ideal que não se pode alcançar e o real desprezível. Procura, então, refugiar-se na solidão e na morte, ou tenta modificar a realidade totalmente ou ainda individualizar-se.

O poeta romântico tem o prazer de exaltar a própria figura do poeta, prefere lamentar a solidão do “eu”, e, por meio da valorização do sentimento e da emoção individual, procura manter o seu lugar garantido na sociedade. Os românticos sentem-se insatisfeitos com o individualismo disciplinado, porque não acreditavam mais em valores absolutos, desejavam alcançar o conhecimento da realidade por meio da imaginação, do sonho e da paixão.

O sujeito lírico da poesia de expressão pessoal, visto pela perspectiva histórica, sofre transformações até chegar ao sujeito lírico moderno. Primeiro, temos um racionalista da poesia clássica, no segundo momento, temos um sujeito subjetivo e, por fim, o sujeito da poesia moderna que assume a diferença entre o “eu” real do poeta e o “eu” que aparece no poema, tendo este sujeito lírico o seu conceito ampliado.

sumário

A composição lírica moderna elimina o método de composição tendo por base o “sentir” e o “observar” e utiliza o método de composição baseado no “transformar”. Na poesia moderna, ocorre o afastamento da vida natural, cada vez com mais afinco, ela é um processo na linguagem e não nas coisas. A lírica moderna não é entusiasmo nem delírio, é uma elaboração precisa das palavras, que possam, como vozes, ocultar tanto o poeta quanto o leitor. A palavra lírica pode ser usada como substantivo e como adjetivo. Quando usada como substantivo trata da classificação geral dos gêneros, herança clássica e como adjetivo, das qualidades significativas que as palavras apresentam, devido aos traços estilísticos que as compõem, os quais nascem da melodia e do ritmo presente no poema, e o lirismo é percebido somente depois da leitura dos mesmos.

O *lirismo* é um dos processos de estruturação do real. Aquele em que a estruturação se dá em função de uma dinâmica do sujeito, projetando-se como uma expressão subjetiva. O produto ou resultado desse processo de estruturação é o que se denomina de *lirico* (SILVA, 1975, p. 14).

Há na poesia moderna, um processo combinatório entre os elementos sonoros e rítmicos como se fossem fórmulas mágicas e o significado obtido surge dessa combinação. A partir de pensamentos de Allan Poe, Friedrich (1991, p. 51) declara que: “A poesia é um quadro concluído em si próprio. Não comunica nem verdade nem ‘embriaguez do coração’, não comunica absolutamente nada, mas é: *the poem per se*”.

Na poesia moderna o familiar é transformado em estranho, o próximo torna-se distante, o contato entre o homem e o mundo e entre os homens e si mesmos é rompido. Ela eleva a linguagem poética acima da linguagem usual, acentuando a ambiguidade sempre presente no discurso humano. A linguagem tem a tarefa de expressar e, ao mesmo tempo, encobrir um significado. A obscuridade é um princípio estético dominante, ela afasta a poesia da função normal de comunicação da linguagem, para mantê-la mais afastada do que próxima de nós. O poema a seguir de Ana Cristina é obscuro, confuso.

sumário

No outro dia havia luz cruel.
Outro extremo de sol,
onde não nos atirávamos.
Os poemas álibis recuavam. Caíam
no canal as árvores de outono.
Certa vez, me lembro, te vi
numa sombra vermelha,
temi com estardalhaço.
Não há pouso, pensei no meu temor.
E, no entanto haveria. Bichos.
(CESAR, 1998, p. 179)

Ana Cristina utiliza as palavras criando ambiguidades de sentido. Rompe o contato do homem com o mundo. “No outro dia havia luz cruel/Outro extremo de sol, / Não há pouso, pensei no meu temor. / E, no entanto haveria. / Bichos.”, ela diz, evidenciando um tempo passado não identificado, repleto de controvérsias, sugerindo outras possibilidades. Nesse sentido João Alexandre Barbosa, em *Raros entre os raros*, prefácio ao livro *A Espreita* (2000, p. 20-25), de Sebastião Uchoa Leite, esclarece:

Desvinculando-se do lirismo pessoal, a informação poética é dada pela revelação das possibilidades inesperadas construídas por uma lógica da realidade que se suporta sobre a do imaginário. Ou melhor: o poético está naquilo que foi possível extrair como relações inesperadas entre os dados da realidade. [ênfatisa, ainda, que a poesia é] uma poesia radicalmente marginal porque tira do centro da comunicação poética um sujeito de enunciação e, em seu lugar, propõe um enunciado que já surge problematizado pelas relações entre sujeito e objeto líricos.

Conforme Friedrich (1991) Mallarmé usou o conceito de sugestão. Foi ele que percebeu que, para o elemento comum dos estilos modernos ser simples sugestão, é necessário evitar as matérias naturais e um pensamento exato que os ordena. “A sugestão não oferece a um possível leitor nada mais que uma possibilidade de experimentar juntos uma vibração qualquer [...]” (FRIEDRICH, 1991, p. 122). A sugestão inicia quando a poesia é conduzida pela inteligência

sumário

e irradia forças mágicas envolvendo o leitor, mesmo que esse não compreenda o que acontece. As forças sensíveis da linguagem: o som, o ritmo, a tonalidade, são responsáveis pela irradiação sugestivas. As significações se encontram nas zonas limites de uma palavra e ainda se produzem devido a uma associação anormal das palavras. A poesia, fundamentada na magia da linguagem e na sugestão, confere a palavra o poder de ser o primeiro autor do ato poético. Para esta poesia, o mundo não é real, somente a palavra é. No poema abaixo de Ana Cristina, podemos constatar a força da palavra e o seu poder sugestivo, onde o mundo não é real, a palavra é:

na superfície
foram descobertos
hoje
às cinco e meia da tarde
peixes
capazes de cantar
capaz o poeta
diz
o que quer
o que não quer
e chama os nomes pelas coisas
capazes
de cantar
danos causados por olhinhos suados e marés
os olhinhos do poeta
piscam como anzóis
exaustos
na piscina.
(CESAR, 1998, p. 89)

As imagens sonoras criadas pela repetição da letra “s” em quase todas as palavras sugerem o deslizar sonolento da poeta sobre o seu fazer poético, ela vai fazendo descobertas no tempo presente da escritura da sua poesia, como: peixes capazes de cantar, coisas que não se permitem nomear, “danos causados por olhinhos suados e marés”, e olhinhos do poeta que piscam como anzóis exaustos na

piscina. Ana Cristina cria nas próprias palavras o poder de sugerir e de serem capazes de não comunicar nada, apenas serem. O mundo criado pela poeta não é real, embora ela faça um recorte do mundo real, que fica do lado de lá, onde se pesca no rio. No mundo criado por ela se pesca na piscina instalada na superfície da grande cidade, e com os olhinhos dela que piscam como anzóis. Diante da cidade moderna, o poeta, apresenta um novo modo de olhar devido o recorte que faz do mundo e Ana Cristina, assim procede:

Toda saudade desobediência.
Espaço! Este céu ensurdecedor.
Caem pedras de gelo.
O que eu não dizia era matéria para pequenos traslados.
Eu subia a boca do metrô. Golpe de ar insensível
aos pássaros de tarde. Podia ser outra, a cidade.
De leve! A luz se rompe através dos vidros.
Vou saltar e me pegam pelo pé.
Quem mando.
Talvez começando a desenhar.
(CESAR, 1998, p. 179)

A cidade oferece novas matérias de como o sujeito moderno pode se relacionar com o mundo a sua volta, não mais interessa um sujeito heroico que narra às peripécias dos homens por meio da subjetividade. O poeta moderno, ao contrário do poeta romântico, não acredita na poesia como a expressão do “eu”, pois ele, ao ser projetado no mundo exterior, faz apenas uma tradução parcial deste mundo, sabe que, ao recortá-lo, terá apenas linguagem, por isso ele busca, dentro da própria linguagem da poesia, o seu fazer poético. “Agora, imediatamente, é aqui que começa o primeiro sinal do / peso do corpo que sobe. Aqui troco de mão e começo a ordenar / o caos”. (CESAR, 1998, p. 195).

O caos da cidade, mundo recortado pela poeta no poema acima, é organizado devido à desautomatização feita por meio da construção da linguagem, ou seja, do seu fazer poético. O poema Psicografia, também apresenta essa ideia:

sumário

Também eu saio à revelia
e procuro uma síntese nas demoras
cato obsessões com fria têtpora e digo
do coração: não soube e digo
da palavra: não digo (não posso ainda acreditar
na vida) e demito o verso como quem acena
e vivo como quem despede a raiva de ter visto.
(CESAR, 1998, p. 81)

“e digo / do coração: não soube e digo / da palavra: não digo”, a poeta não diz coisas nascidas do coração, à revelia sai e diz da palavra nascida do que se vê do mundo - cidade - que é oferecido aos seus olhos de poeta, e por ela desautomatizado, transformado, dito de outra maneira, ou seja, poeticamente. Outro poema que apresenta a mesma ideia é Ante-sonho:

O súbito preamar
amor prelúdio
anuncia.
Inesperadas estrelas
silhuetas
que se unem
ajuntam.
Céus sem vácuo
Véus caindo
ainda findam.
(CESAR, 1998, p. 43)

A poeta olha o mundo parcialmente e nos apresenta uma linguagem desautomatizada. Fala com palavras soltas e de forma fragmentada. A fragmentação é uma das características da lírica moderna, e esta é intensificada devido à exclusão dos verbos no plano formal e sintético o que provoca um aumento da tensão, devido ao isolamento do que é mostrado por meio do substantivo que ganha intensidade além da sua significação habitual. Para a maioria dos líricos, como por exemplo, Stephané Marllarmé, tornou-se uma regra evitar a pontuação. As frases, resultado dessa estilística,

transformam contextos e ordens de relação, interessando-se por um dizer indicativo, multifacetado. Os poemas a seguir de Ana Cristina exemplificam a fragmentação, como “nesse lago / um vapor / que nunca mais” (CESAR, 1998 p. 120), e

Depois da andança
Frêmito de fechamento de jornal.
Pauta da conversinha da manhã.
Voz de sumiço de dar dó.
(CESAR, 1998, p. 157)

Ou, ainda, Visita:

olhos por olhos
um copo, uma gota d'água
atrás deste flafu
desta caixinha de música
desta bala de goma
teu gosto, tua cor, teu som, teu meu
(CESAR, 1998, p. 53)

DO DIÁRIO não diário “INCONFISSÕES”:

Forma sem norma
Defesa cotidiana
Conteúdo tudo
Abrandes uma ana.
(CESAR, 1998, p. 36)

O primeiro poema é composto por três versos, sete palavras e não é pontuado. É carregado de tensão devido à fragmentação das palavras, sugerindo ambiguidade de sentido. No segundo poema, a poeta fragmenta os versos, (três versos compõe o poema), os quais são pontuados no final. Ao fragmentar os versos ela intensifica a tensão criada. O terceiro poema, também sem pontuação, é fragmentado e apresenta significado ambíguo devido à exclusão dos verbos. O quarto poema, fragmenta a forma, a norma e o conteúdo, para abranger uma ana, não se refere a uma só ana, mas as várias anas que, por sua vez,

sumário

se apresentam multifacetadas e ao fragmentarem-se, multiplicam-se as anas, ou seja, não se referem a uma pessoa em particular.

A poesia lírica moderna apresenta várias dispersões possíveis do “eu” e da “alma”. O “eu” prisioneiro da lógica é libertado por meio do poema, que se torna também o espaço possível do sonho. O sujeito lírico moderno sabe que o espaço da poesia não é o espaço da realidade nem o espaço do “eu”. O sujeito apresentado como “eu” na poesia moderna, não se refere a uma pessoa particular, pois a poesia não pretende ser um lugar cheio de emoções da vida real. A voz que fala na lírica moderna, esconde tanto o poeta quanto o leitor e que não podemos explicar o texto pela biografia do autor como se podia fazer no Romantismo, valorizando o “eu sou”.

A poesia de Ana Cristina Cesar é carregada de tensão e luta, apresenta um “eu” em constante conflito consigo mesmo e com o mundo, esse “eu”, vê o mundo fragmentado e olha a morte não como uma solução única para suas dores, mas como um novo começo. Como podemos observar no poema a seguir:

Neste interlúdio
Sou um dilúvio ou me afogo.
E entre espectros que comprimem,
Nada se cumpre,
O destino esfarela.
De quirela e farinha se ergue um olho.
As vozes despetalam,
Os períodos se abrandam,
Orações inteiras lentas se consomem,
Em poços há sumiço de palavras moucas.
Neste interlúdio
Sou fagulha ou hulha inerte.
Enorme berne entra corpo adentro,
Entre os dentes, carne.
Arde o ente e cospe,
Cuspe inútil invadindo espaço.
Moléculas moles coleando,

Víboras vagas se rimando,
Poetas quietos entreolhando
Coisas coisas que falecem.
Neste interlúdio
Sou coisa ou poeta.
(CESAR, 1998, p. 32)

Neste poema o eu-lírico encontra-se contrariado diante do mundo que se lhe apresenta. É um “eu” que não sabe se ele é um dilúvio ou se é um afogado. Sozinho procura se construir, multiplicando-se. Confuso não sabe se é fagulha ou hulha ociosa. Vê o destino se esfarelar diante da não realização de algo, e indaga-se se é coisa ou poeta. Não é um “eu” preso no mundo real, mas um “eu” disperso que se torna o espaço possível do sonho. Ana Cristina, ao escrever “Enorme berne entra corpo adentro, / Entre os dentes, carne. / Víboras vagas rimando, / Coisas coisas que falecem.”, cria imagens que nos remetem ao grotesco, o feio, mas que devido ao modo como a poeta elabora a linguagem, o grotesco nos causa admiração, encantamento, outra característica da poesia moderna.

Na poesia moderna não existe o feio que é conceituado como algo sem beleza, sem estética, pois o poético é tudo o que pode ser transformado pelo artista, por isso, o feio e o grotesco que é encontrado nas grandes cidades é olhado pelo artista pela vertente da estética. A aproximação entre belo e feio evidencia uma dinâmica contrastante. Ao se referir a Baudelaire, Friedrich (1991, p. 77) explica que: “[...] o feio torna-se admissível como algo ‘interessante’ e vem ao encontro de uma vontade artística que se serve da intensidade e da expressividade”. A fealdade poética deforma o feio real, assim como deforma também tudo que é real, para, no desmantelo, tornar perceptível a evasão suprarreal, que é, uma evasão no vazio. Ana Cristina escreve:

Silêncio de resposta e sangue ainda
os vidros soltos sobre a cara
mesmo sem saber que retornamos
saibamos que o espelho que desaba

fere e contunde nossa cara.
(CESAR, 1998, p. 65)

Em outro momento:

Não, esta palavra.
O encarcerado só sabe que não vai morrer,
pinta as paredes da cela.
Deixa rastros possíveis, naquele curto espaço. E se entala.
Estalam as tábuas do chão, o piso rompe, e todo o sinal é uma
profecia.
Ou um caso de que se escapa incólume, a cada minuto.
Este é meu testemunho.
(CESAR, 1998, p. 203)

Nas estrofes acima, de dois poemas sem títulos, Ana Cristina lida com o grotesco e com o feio. Por um lado, as imagens criadas do grotesco e do feio, nos causam náuseas, nos levam a ver o encarcerado com sua angustiante vida entre quatro paredes, a cor do sangue, os vidros, a cara ensanguentada em frente ao espelho. De outro lado, o grotesco e o feio surgem esteticamente, poeticamente, por derivar das escolhas de linguagem feitas pela poeta. Falando em escolhas de linguagem, essas, quando são feitas em um texto, são unidas pelo sujeito lírico. A partir da construção do texto, temos a revelação do sujeito do texto que encontra o sujeito da leitura. Que é o leitor, e nesta relação ocorre à significação do processo.

O modo como a linguagem do poema organiza os elementos sonoros, rítmicos e imagéticos é o que evidencia o lirismo, já que o mesmo é criado a partir do arranjo da linguagem e do recorte do mundo feito pelo poeta moderno. A modernidade da poesia, como a linguagem de sons, tons, e metro, os quais são os elementos propriamente líricos do poema, é o que inova a ideia de lirismo. Quando uma figura é criada pelas relações entre som, sentido, ritmo e imagens, seja por semelhança ou diferença, e essas relações ocorrerem a partir da visão subjetiva de um sujeito lírico, ocorre a manifestação do lirismo. De acordo com Salette de Almeida Cara (1998, p. 7-8):

sumário

O lirismo é uma maneira especial de recorte do mundo e de arranjo de linguagem [...] para o poeta e crítico moderno a poesia lírica vai-se concentrar, de fato, no modo como a linguagem do poema organiza os elementos sonoros, rítmicos e imagéticos, a poesia lírica tem sua marca nas propriedades de som e ritmo das palavras.

O fenômeno lírico moderno se expande quando as regras e modelos tradicionais são abandonados; as construções, criações internas da linguagem, tais como sonoridade, ritmo, associações, ambiguidades de sentidos e imagens, evidenciam suas próprias possibilidades. Segundo Anazildo Vasconcelos da Silva et al. (1975, p. 14),

O lirismo, enquanto processo de estruturação, é um só. Todavia, a imagem do mundo sem se modificar, e o lirismo, sendo um processo de estruturação de uma imagem do mundo, se modifica enquanto processo, define as modificações em termos de atitudes retóricas. É que o lirismo, enquanto expressão subjetiva estruturada, pressupõe uma imagem do mundo ou expressão objetiva, e, definindo as modificações da imagem do mundo cristaliza-se em atitudes retóricas. Daí as denominações de lirismo romântico, moderno, etc., que devem ser entendidas, não como diferentes espécies de lirismo, mas como atitudes retóricas do processo de estruturação de uma imagem do mundo como expressão subjetiva. Lirismo, assim entendido, é condição e fundamento da poesia. Poesia é um espaço lírico estruturado. Lirismo é o processo de incorporação de elementos a um espaço lírico.

A partir da construção da linguagem no poema, temos o sujeito lírico na poesia moderna, ele é o responsável pelos “atos de denominação”. O poeta não pode ser confundido com o sujeito lírico, pois esse nasce da sintaxe, da melodia, do canto, do ritmo, tornando-se o próprio texto.

Perdi-me no entrelaçar-se de malhas.
Entreguei-me no manchar-se de sonhos.
Marquei-me no soluçar-se de pedras.
Sob o peso deste som
um flautim
Sob o som deste peso
uma queda

rachou
a chave
calou
a chuva
barrou
a chama
(chuvisca no centro meu-nenhum grito)
(CESAR, 1998, p 46)

O poema acima, *Água Virgem*, é construído por versos carregados de tensão, que vão se desfazendo (os versos) na construção gráfica. Na primeira estrofe, são três versos compridos, na segunda estrofe, versos mais curtos e na terceira, seis versos que se alternam entre verbos, artigo definido e um substantivo, e o último verso encontra-se entre parênteses. Ana Cristina nos apresenta um eu-lírico que está perdido, sem rumo, e silenciosamente registra sua presença no estado emocional do outro, por encontrar-se virgem em si mesmo. As imagens criadas, o som do desfazer-se dos versos, do chuvisco e do silêncio do grito não gritado, constrói o lirismo em manifestação.

Na poesia de Ana Cristina, o sujeito lírico não está preocupado em ser compreendido, apresenta a vida em pedaços, fragmentos da realidade, e, por vezes, parece desagradável e confuso, devido a construção da linguagem pela poeta, o que evidencia a manifestação do lirismo moderno em sua poesia.

CONCLUSÃO

Ler e analisar os poemas de Ana Cristina Cesar nos permitiu compreender que por meio da sua própria poesia, a poeta questiona sua própria existência, o que já anuncia um fazer poético inovador.

A lírica moderna, aponta fatores que a diferenciam da lírica romântica. Ana Cristina, em sua poesia, constrói versos livres, rompe

com a pontuação e cria um sujeito-lírico sem qualquer relação com o sujeito-lírico romântico, ou seja, o sujeito lírico da sua poesia, não centraliza em si as suas angústias, os seus medos, nem acredita na morte como solução dos seus problemas. É um sujeito fragmentado, multifacetado, que acredita que nada é para sempre e que a palavra não serve para comunicar, mas para ser ela mesma a coisa significada.

O lirismo moderno é estabelecido a partir dos significados atribuídos ao lírico, ou seja, o lírico pode ser classificado como substantivo e adjetivo, o que esclarece a diferença entre lírico e lirismo. Devido a essa diferença, constatamos que o lirismo manifesto na poesia de Ana Cristina é construído a partir da linguagem que a poeta elabora, rompendo com as regras pré-estabelecidas. A sua capacidade de observação do mundo que a cerca, do recorte que faz desse mundo, (a grande cidade), possibilita-lhe fragmentar para obter a multiplicidade de si mesma e da coisa poética por ela desejada.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. *O rumor da Língua*. Trad.: Mário Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

CARA, Salete de Almeida. *A Poesia Lírica*. São Paulo: Ática, 1998.

CESAR, Ana Cristina. *Inéditos e Dispersos*. Organizado por: Armando Freitas Filho. São Paulo: Ática, 1998.

CAMARGO, Maria Lúcia de Barros. *Atrás dos olhos pardos: uma leitura da poesia de Ana Cristina Cesar*. São Paulo, 1990. (Tese de doutorado apresentada na USP).

D'ONOFRIO, Salvatore. *Literatura Ocidental*. São Paulo: Ática, 2000.

FRIEDRICH, Hugo. *Estrutura da Lírica Moderna*. Tradução de: Marise M. Curioni. 2ª ed. São Paulo: Duas Cidades, 1991.

GOLDSTEIN, Norma. *Versos, Sons, Ritmos*. São Paulo: Ática, 1999.

HOISEL, Evelina. *Teoria, crítica e criação literária: O escritor e seus múltiplos*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2019.

LEITE, Sebastião Uchoa. *A Espreita*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

PESSOA, Fernando. *Obra poética - Cancioneiro*. Rio de Janeiro: Cia. José Aguilar Editora, 1972.

SILVA, Anazildo Vasconcelos da: QUESADO, José Clecio Basílio; DANTAS, José Maria de Souza, *Desconstrução/construção no texto lírico*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1975.

sumário

4

Patricia Biegging

Raul Inácio Busarello

Landressa Rita Schiefelbein

O DESEJO DE SER FELIZ: A REALIDADE RETRATADA NA FICÇÃO

INTRODUÇÃO

Histórias, enredos, tramas complexas e mensagens que são facilmente encontradas nos enlaces da vida cotidiana, do sentir e do ser. Do livro para a vida real, os produtos culturais nos levam a refletir sobre vivências singulares, mas que facilmente poderiam ser vistos na coletividade, na sociedade como um todo. São fragmentos de identificação, como num espelho, que ligam o mundo imaginário com questões da vida no dia-a-dia.

As mensagens, valores e ideologias nos são sugeridos através dos discursos da cultura da mídia a todo instante e esta utiliza os meios de comunicação, para levar os discursos aos indivíduos, e assim à construção do seu mundo, à sua visão de mundo. Através da cultura da mídia recebemos representações de classe, raça, sexo enfim, identidades que influenciam e promovem comportamentos. E é justamente esta produção de sentidos que iremos discutir neste texto.

Este capítulo tem por objetivo entender como, na obra Harry Potter e a Pedra Filosofal, de JK Rowling, configuram-se elementos cotidianos na narrativa da história, com foco específico na produção de subjetividade, na possível identificação dos leitores com as situações apresentadas e com os personagens da obra.

O livro conta a trajetória de vida de um garoto que vive com os tios e, no desenrolar da história, descobre que é bruxo, e que seus pais foram mortos por um bruxo das trevas, o qual está à sua procura. Trata-se de um romance com aventura, fantasia e suspense, que por sua vez, recebeu boas críticas e ganhou vários prêmios, entre os mais importantes estão o British Book Awards Children's Book of the Year e o Smarties Prize.

sumário

sumário

A escolha por esta edição de uma série de 7 dá-se por se tratar do primeiro livro da autora e por ser a alavanca do sucesso para a venda dos demais, assim entrando para a história como a coleção de livros literários mais vendidos em apenas 7 anos. Segundo a Editora Rocco (A PEDRA, 2007), Harry Potter e a Pedra Filosofal, alcançou a marca de 30 milhões de exemplares vendidos em 35 idiomas em mais de 200 países. Tornou-se objeto de desejo e fascinação. Um livro que recorre à imaginação misturando realidade e que leva seus leitores à grande aventura, a sair do cotidiano e transportar-se a um mundo cheio de novidades e ilusões. Por se tratar de um livro que aponta fatores de ligação do mundo imaginário com a realidade e com o cotidiano é que faz-se necessário esta análise.

Este estudo tem como metodologia de pesquisa o Estudo de Caso seguindo as definições de (YIN, 2003). Buscamos, nesta abordagem, a análise empírica dos objetos de estudo trazendo elementos da história da obra em confronto às experiências da vida real, especialmente, quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.” (YIN, 2003, p.32).

AS MÍDIAS E OS DESEJOS PRODUZIDOS

Ao falarmos dos meios de comunicação, nestes tempos digitais, imediatos e tão plurais e, que não muito longe, deram voz a muitos que há tão pouco tempo apenas poderiam apenas observar, percebemos uma mudança muito grande de comportamento. Não somente no uso das mídias, mas em seus posicionamentos, participações e engajamentos nas discussões. Foi-se o tempo em que as conversas limitavam-se aos encontros em padarias e na rua com pessoas conhecidas. Agora, no mundo virtual, as discussões acaloram-se com conhecidos e desconhecidos, em um tom de (in)certezas, em uma época em que é difícil detectar o que é real e o que é inventado para ser real.

sumário

A Cultura da Mídia, através dos meios de comunicação, estabelece e modela a identidade dos indivíduos no que se refere ao comportamento, aos valores e a opinião. Os produtos da indústria cultural dão o referencial, o significado, pelo qual as pessoas modelam seus conceitos nos mais variados assuntos, como por exemplo, bom e mau, competente e incompetente, culto e inculto, enfim, estabelecem uma produção de subjetividade definindo seu conceito de cultura.

Segundo Guattari e Rolnik a palavra cultura aparece em três significações: “cultura-valor” utilizado para “quem tem cultura e quem não tem”; “cultura-alma coletiva” a qual todos possuem como a cultura alemã por exemplo; e a “cultura-mercadoria” aqui vale-se para tudo ao nosso redor que possui valor monetário e estatal como livros, teatros, bebidas e muitos outros objetos. A cultura torna-se, neste contexto, um objeto de produção política e ideológica.

Podemos dizer que a cultura da mídia está presente como organismo mediador sugerindo e afirmando regras, valores e atitudes, produzindo subjetividades que agenciam os mais variados comportamentos. Para Guattari; Rolnik (2005, p. 59) “os agenciamentos que podem construir seus próprios modos de subjetivação provocam basicamente dois tipos de atitude: a atitude normalizadora”, a qual pode ignorar o problema ou resgatar o indivíduo causador do problema incluindo-o no sistema novamente e a “atitude reconhecedora” a qual percebe o problema e busca solução, porém essa torna-se mais difícil por requerer mudança de postura e, assim, a saída da comodidade para uma posição ativa. Pode-se dizer que indivíduos são um produto da produção de massa que modela e serializa conforme o que a ordem dominante impõe. Porém, torna-se imprescindível levar em consideração a (re)apropriação que os indivíduos estabelecem com os produtos da cultura de massa, suas vontades, enfim, a individualidade do ser.

A apropriação das mensagens da mídia dá-se pelo indivíduo, quando na organização de significados recebidos pelas mensagens,

sumário

atribui a elas sentidos e significados seus incluindo-os em suas práticas do cotidiano. Com este processo de recepção e uso o indivíduo torna-se proprietário destes significados e resignifica-os, havendo, desta forma, uma negociação de poder. E é nesta negociação que ocorre a filtragem do que lhe é conveniente considerando suas vivências. A apropriação dos bens simbólicos e materiais oferecidos pela mídia apenas têm sentido quando se torna parte da rotina dos indivíduos, quando passa a ser parte integrante do dia-a-dia, na casa, na rua, no trabalho, na sociedade, enfim, no cotidiano.

Os meios constituem uma espécie de muro de linguagem que propõe ininterruptamente modelos de imagens através dos quais o receptor possa se conformar – imagem de unidade, imagens de racionalidade, imagens de legitimidade, imagens de justiça, imagens de beleza, imagens de cientificidade. Os meios de comunicação falam pelos e para os indivíduos. (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 68)

O discurso da cultura da mídia familiariza e torna próximos os acontecimentos e personagens produzindo seus efeitos da mesma forma com que organiza as imagens, ou seja, por economia narrativa, simplicidade e clareza. Um exemplo claro desta proximidade com o discurso da mídia é explorado por Kellner (2001, p. 341) em um exemplo prático, “[...] as mudanças na moda de Madonna em geral captam as mutações culturais e estéticas, atingindo, assim, o *status* de popularidade, e oferecendo modelos e material para a apropriação por parte de seu grande e variado público”.

Da mesma forma como Madonna ditava conceitos na década de 80, a cultura da mídia o faz constantemente, através de outros ícones ela produz e reproduz identidades e ideologias das quais o indivíduo se apropria e reproduz de acordo com sua história, sua vivência. Esta (re)apropriação dos discursos não é apenas uma simples reprodução, sem indícios de negociação por parte do receptor, nela ocorre a produção de sentidos em que o receptor sempre terá um processo de mediação e resignificação do que lhe é oferecido pela mídia.

sumário

É justamente no discurso dos meios de comunicação que o indivíduo tenta igualar-se àquilo do qual se identifica, ao menos no seu imaginário, buscando por breves momentos uma certa aproximação com o seu ideal. Porém, em certas épocas e situações, torna-se foco do discurso da mídia como é o caso de notícias com registro de violência, de fatos históricos nacionais como festas importantes ou ainda destaca-se por dons sobrenaturais, situações em que levam o indivíduo à evidência na mídia. Segundo Adorno (2002, p. 44):

Nas informações esmiuçadas trazidas pela revista sobre a carreira da modesta mas esplêndida – organizada pela própria revista – da vencedora afortunada (por sinal uma datilógrafa que talvez tenha vencido o concurso graças às relações com magnatas locais) espelha-se a impotência de todos. A tal ponto que as pessoas são reduzidas a meras coisas que aqueles que delas dispõem podem colocá-las por um instante no céu para logo em seguida jogá-las no lixo; e que vão para o diabo com seus direitos e o seu trabalho.

A todo momento a cultura da mídia nos oferece novas maneiras de agir, vestir, portar, ideologias, enfim, recursos para a construção da nossa subjetividade, a qual é renovada constantemente. Segundo Guattari e Rolnik (2005, p. 244) “[...] as pessoas vão ao cinema para se ver, numa seqüência de imagens que mais do que argumentos lhes entrega gestos, rostos, modos de falar e caminhar, paisagens, cores”. Para que haja a apropriação do discurso da mídia os indivíduos precisam se reconhecer nas imagens e falas apresentadas, pois não havendo identificação e (re)significação não haverá proximidade e (re)apropriação pelo receptor da mensagem. A pessoa no discurso da mídia tem certa influência sobre o indivíduo, pois esse confia e acredita, o “QUEM está falando”, tem muito mais valor perante o receptor.

Aos indivíduos de nossa época ela (Madonna) fornece imagens daquilo que é apropriado em termos de modelos sociais, comportamentos sexuais, estilo e aparência. Assim, fornece recursos para a formação de identidades e apresenta novas formas de identidade nas quais a aparência, o jeito

de ser e a imagem substituem coisas como a ação e o compromisso na constituição de identidade, daquilo que alguém é. (GUATTARI; ROLNIK, 2005, p. 333).

Estes discursos da cultura da mídia passam por uma negociação logo após a recepção, onde os discursos são interpretados, para assim, depois de sofrerem a (re)significação, serem (re)apropriados pelo indivíduo e incorporados ao seu cotidiano, desta forma oferecendo novo sentido à mensagem. Sem a (re)apropriação e (re)significação da cultura da mídia não há produção da subjetividade.

O LOCAL DA RECEPÇÃO

O cotidiano é o lugar ideal para se estudar o processo de recepção. É nele que o indivíduo mostra-se verdadeiramente. Larrosa (2004) afirma que a mídia está em nosso cotidiano como meio de organização das rotinas. Além disso, ele nos oferece a padronização da linguagem e assim unifica a audiência, ou seja, coloca todos os telespectadores no mesmo lugar, anulando as diferenças. Diariamente aprendemos com os discursos da mídia como nos comportar e falar, diferenças entre ser criança e adulto, homem e mulher, o que é ser gordo e magro, as diferenças entre as “tribos”, enfim, aprendemos vários conceitos para o uso no cotidiano. Para Certeau, Giard e Mayol (1996, p. 31) “o cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona dia após dia, nos oprime, pois existe uma opressão do presente. [...] É aquilo que nos prende intimamente [...]”. Neste espaço de práticas cotidianas é possível analisar fatores como a relação do indivíduo com o próprio corpo, o uso do tempo, o habitat, sua participação dentro dos grupos e da sociedade. Por meio do cotidiano familiar captamos a realidade individual – uso, sentidos, práticas – e a partir daí dá-se início a construção do processo de recepção.

sumário

Diariamente o indivíduo constrói seus “códigos da vida diária”, do cotidiano, definindo o que é certo ou errado, o que podemos e o que não podemos, o que é ou o que não é. No cotidiano familiar encontra-se um dos poucos lugares onde é possível manifestar tensões e os conflitos individuais, onde cada pessoa encontra abertura para expor suas frustrações e ânsias. O cotidiano oferece caminhos para que se analise as transformações incluídas nas práticas de consumo, as quais deixam margem para reapropriações de produtos de massa, oferecendo sentidos diferentes dos produzidos.

Numa sociedade capitalista percebe-se que a “imagem, a aparência e a exibição” têm grande valor e se apresenta como a “sociedade do espetáculo”, em que o fato da “ostentação do consumo” tem mais ênfase que o efetivo consumo, portanto a aparência é mais importante, o parecer importa mais que o ser. Isto acontece provavelmente porque, nesta relação, os objetos possuem uma importância maior do que os sujeitos.

Na relação entre a aparência e a realidade entra a sedução exercida pelos bens de consumo ofertados pela mídia, pelo discurso direto ou indireto da publicidade, que faz com que tenhamos vontade de consumir, assim forçando o desejo, a necessidade de compra. Estes discursos da mídia vêm nos trazer o “desejo de consumo”, a vontade de possuir os objetos, o qual são trazidos pela cultura da mídia, que conseqüentemente dita o consumo de cada época não sendo um processo natural, mas construído. Através dos meios de comunicação de massa e da mídia percebe-se a ocorrência da padronização do consumo, onde os indivíduos terão o mesmo desejo da grande maioria, e isso independe da situação financeira.

Além de todas essas ligações de consumo através da cultura da mídia, temos ainda a relação que a mesma faz com a felicidade, vinculando a idéia de consumo aos bons momentos, do tipo família feliz em dia de domingo. A mensagem publicitária faz com que a

sumário

aquisição dos produtos seja um fator primordial para se conseguir felicidade, realização pessoal e uma forma de inserir os indivíduos num determinado grupo. Segundo Vorraber Costa (2004, p. 153) “[...] o leitor/ consumidor se apropria não somente dos vários significados ligados a um produto [...], mas também das representações de natureza que servem de referência ao seu estabelecimento”.

Ocorre, assim, uma substituição dos direitos de cidadania pelos de consumo, sendo isso, uma conseqüência da descrença dos indivíduos nas instituições públicas, os quais passaram a substituir este espaço vago pelo consumo. A mídia constantemente faz pressão para que os direitos de cidadania sejam substituídos pelo de consumo, e este torna-se importante para que o indivíduo possa fazer parte da sociedade nos tempos atuais. Segundo Adorno (2002, p. 30), “a verdade é que a força da indústria cultural reside em seu acordo com as necessidades criadas e não no simples contraste quanto a estas, seja mesmo o contraste formado pela onipotência em face a impotência”.

O ser humano visto como objeto leva à uma possível inviabilidade de ser reconhecido dentro da sociedade, como membro desta, e dela fazer parte. “A indústria cultural perfidamente realizou o homem como um ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar” (ADORNO, 2002, p. 43). Observa-se atualmente que existem indivíduos que preferem estar cercados por objetos a estar próximos de outros indivíduos. Portanto, o consumo como é disposto, pode ser um fator agravante para o isolamento e o distanciamento entre as pessoas.

O DESEJO DE SER FELIZ

Harry Potter e a Pedra Filosofal conta a história de um menino órfão, que vive com seus tios, e aos 11 anos descobre que é bruxo e já tem uma vaga reservada numa das melhores escola de bruxaria do

sumário

mundo. Com o passar do tempo descobre que, além de ser odiado por seus tios, tem um grande rival que já tentou matá-lo e passa a persegui-lo para terminar o que começou anos atrás. No decorrer da história faz amigos, inimigos e vive aventuras que ele jamais imaginaria viver. Um livro que provoca a imaginação, brinca com temas da realidade, além de trazer à tona questões como poder, discriminação, diferenças sociais, mostrando aos leitores formas de interação com estas situações.

Harry Potter, Hermione Granger e Rony Weasley, personagens principais estão na pré-adolescência, por volta de 11 anos, e em fase de descobertas da vida, sempre prontos a desvendar mistérios.

Harry vive com os tios, é desprezado e obrigado a ajudar nas tarefas diárias da casa, sente-se reprimido e infeliz, porém quando descobre sua origem e torna-se aluno de Hogwarts passa a ser confiante e percebe que pode ser feliz e se expressar mais livremente. A característica mais evidente desta personagem é o fato de ser uma criança reprimida e cheia de sonhos, que traz em sua personalidade o desejo de viver feliz e intensamente. Estes são fatores que atualmente pode ser constatado nos noticiários dos discursos da mídia, no qual as crianças são forçadas a se tornarem adultos e assumir responsabilidades, isso torna Harry, para o leitor, um ser real. Na infância nos imaginamos voando, como princesas e príncipes de contos de fadas, como super-heróis, enfim, nossa imaginação nos leva a vários lugares, nos faz fantasiar e criar as mais belas e maravilhosas histórias. Isso pontua o pensamento de Benjamin (1984) quando expõe que o brinquedo não determina a brincadeira, mas sim a imaginação e o olhar da criança perante os objetos com que brinca.

Hermione é uma menina inteligente, que busca superar a si e a todos incansavelmente, quer provar que está em Hogwarts por mérito próprio, e lá descobre a força da amizade, tornando-se fiel a Harry e Rony. Rony é atrapalhado, não se importa muito com os estudos, já é o sexto filho de uma família de sete a passar pela escola, porém deseja

sumário

destacar-se aos olhos dos pais, os quais, para ele, nunca deram a desejada atenção (ROWLING, 2000). Estes dois personagens vivem problemas da infância mais comuns, como o fato de querer ser o melhor aluno da turma ou mesmo o preferido da família, de chamar atenção, são disputas comuns no cotidiano familiar. As características de Rony e Hermione levam à realidade dos leitores o dia-a-dia de muitas crianças, as quais buscam respostas, superação e lidar com os próprios sentimentos. As personagens vivem situações simples que dão maior referencial e proximidade com o leitor, fazendo com que busquem em sua memória ou na atualidade exemplos reais dos descritos nos textos da obra.

JK Rowling aplica elementos que ancoraram o desenvolvimento da narrativa, o discurso é realizado em terceira pessoa e a história é contada por um observador.

O Sr. E a Sra. Dursley, da **rua dos Alfeneiros, nº 4**, se orgulhavam de dizer que **eram perfeitamente normais**, muito bem, obrigado. Eram as últimas pessoas no mundo que se esperaria que se metessem em alguma coisa **estranha** ou **misteriosa**, porque simplesmente **não compactuavam com esse tipo de bobagem**. [...] O Sr. Dursley **era diretor de uma firma** chamada Grunnings, que fazia perfurações. [...] Tinham um **filhinho** chamado **Dudley** [...]. Quando o Sr. E a Sra. Dursley acordaram na **terça-feira** monótona e cinzenta em que a nossa história começa [...]. (ROWLING, 2000, p. 7, grifo nosso)

¹- A sua passagem para Hogwarts. **Primeiro de setembro**, na **estação** de King's Cross, está tudo na passagem. (ROWLING, 2000, p. 79, grifo nosso)

²- Eu era a única que via como **ela era – um aborto da natureza!** Mas para minha mãe e meu pai, ah não, eram **Lílian isso e**

¹ Rúbeo Hadrig, o guarda-caça de Hogwards, responsável por encaminhar Harry Potter à escola de magia e bruxaria.

² Comentário da Sra. Dursley irmã da mãe de Harry Potter, expressando seu ressentimento por não ter recebido a mesma atenção que seus pais deram à sua irmã.

Lílian aquilo, tinham orgulho de ter uma bruxa na família!
(ROWLING, 2000, p. 51, grifo nosso)

Quando a autora apresenta signos estabelecidos pela sociedade como moradia, trabalho e os membros de sua família, e ainda sua relação com o mundo revelando valores como o desprezo por situações ditas anormais, a relação de inferioridade de uma das irmãs perante os pais, o enunciador leva o enunciatário a crer na veracidade dos fatos apresentados. Enfim, o leitor passa a entender e a ver o significado das situações apresentadas.

Para que a persuasão tenha condições mínimas de estabelecer-se, os discursos terão de ser verossímeis, entendendo-se aqui a palavra verossímil como a possibilidade de existência desse discurso já virtualmente prevista naquele domínio (histórico ou literário) e assim reconhecida socialmente. (BACCEGA, 2007, p. 82)

Transporta-o para uma viagem persuadindo-o pela interpretação do discurso, levando-o à realidade, leva a família ao leitor. Apresenta informações diariamente existentes no cotidiano familiar como o dizer de uma família perfeita que vive em união, pai-mãe-filho, e que nada além de “normal” os tirará da rotina, apesar de sua família não ser nada convencional e da Sra. Dursley já ter tido problemas familiares com sua irmã por ciúmes.

A ideia de “família feliz” é apresentada no texto como uma forma de mostrar e questionar a realidade do cotidiano, em que as pessoas tentam aparentar e apresentar situações das quais não tem posse, vivendo diante de ilusões criadas para sustentar seus desejos e medos como mostra o caso dos Dursley's.

A questão das crenças e valores são abordadas no livro de acordo com a separação das casas, espécie de família, dos estudantes de Horgwards durante as aulas. A escola de magia e bruxaria divide os alunos por casas, nas quais eles permanecerão durante todo o curso, e são classificados por um Chapéu Seletor, que de acordo com seu perfil

sumário

psicológico os envia para uma das quatro casas. Este procedimento já faz com que os estudantes formem tribos e conceitos uns dos outros. Os trechos abaixo mostram esta diferenciação, Rowling (2000, p. 115):

Casa onde habitam os corações idômitos. Ousadia e sangue-frio e nobreza destacam os alunos da Grifinória dos demais;

Quem sabe é na Lufa-Lufa que você vai morar, onde seus moradores são justos e leais, pacientes, sinceros e sem medo da dor;

Ou será na velha e sábia Cornival, a casa dos que têm a mente sempre alerta [...];

Ou quem sabe a Sonserina será a sua casa [...] homens de astúcia que usam quaisquer meios para atingir os fins que antes colimaram.

Da mesma forma, como as casas separam os alunos por características de personalidade, no cotidiano também é possível notar isso. Nos unimos, mesmo que inconscientemente, àqueles que buscam o mesmo caminho, que possuem os aspectos sociais e culturais, enfim, àqueles que nos identificamos. Em Harry Potter percebe-se esta separação de personalidade muito claramente, principalmente, o bem e o mal, ou seja, ao que foi instituído socialmente como bem e mal. Entramos na história fazendo da situação apresentada a nossa, imaginariamente, remetendo-nos às situações vividas nos tempos de escola com brigas, amizades e novos amigos, além dos (pré)conceitos típicos dos tempos de escola. Segundo Baccega (2007, p. 86) “[...] a literatura não é o discurso do ‘aconteceu’, é o discurso do jogo de possibilidades; ela não busca o ‘efeito de real’, ela é o ‘outro real’”.

[...] Meu pai me contou que na *família Weasley todos têm cabelo ruivos e sardas e mais filhos do que podem sustentar.*

Virou-se para Harry.

- Você não vai demorar para descobrir que *algumas famílias de bruxos são bem melhores do que outras*, Harry. Você **não vai querer fazer amizade com as ruínas**. [...] Você se **mistura com**

sumário

gentinha como os Weasley e aquele Rúbeo e vai acabar se contaminando. (ROWLING, 2000, p. 96, grifo nosso)³

- Uma Nimbus 2000! – Rony⁴ gemeu de inveja. – Eu nunca nem pus a mão em uma. [...]. - Que é que **você entende disso, Weasley, você não poderia comprar nem a metade do cabo.** Vai ver você e seus irmãos têm que economizar para comprar palha por palha. (ROWLING, 2000, p. 144, grifo nosso)

No livro aparece clara a questão da discriminação por conta de aparência e dinheiro. Isso está presente no cotidiano dos indivíduos, seja ela por raça, classe social ou tantas outras. Esta classificação de classe que Draco faz questão de enfatizar no seu discurso mostra a força da cultura da mídia quanto a esta classificação, diferenciação e modelos sociais apresentados pela produção de subjetividade capitalística. Vattimo (apud LARROSA, 2000, p. 192), defende em sua tese que a sociedade atual é uma sociedade da comunicação de massa em que “[...] os periódicos, o rádio, o cinema, a televisão, mas também os aparatos culturais e educacionais de massa) são determinantes para a produção, a reprodução e também para a dissolução disso que chamamos de realidade.” Adorno também compartilha da ideia de padronização dos telespectadores, enfatizando que a indústria cultural serializa e entrega modos de agir e pensar, “[...] através da produção de uma realidade única”. (Ibid., p. 193)

Draco Malfoy é de uma família de bruxos rica e de posses e pré-julga a família de Rony por vários motivos, sua aparência, situação financeira e numerosa família. Por este motivo julga o indivíduo Rony e eleva-se ao posto de pessoa, de celebridade, colocando-se em um nível superior ao de Rony que não pertence ao mesmo “mundo” de Draco, por não ter uma família de posses. Guattari e Rolnik (2005) explicam

³ Draco Malfoy: filho de uma família rica de bruxos, estudante da Sonserina, cujo pai é um Comensal da Morte organização liderada pelo Lord das Trevas, Voldemort.

⁴ Rony Weasley é o sexto filho de uma família de bruxos e o melhor amigo de Harry Potter, não possui muitas condições financeiras, porém tem uma família unida.

sumário

que esta questão de classificação capitalística não ocorre sozinha, o fator do “quem fala” ou “com quem pensa que está falando”, precisa de um agenciamento coletivo para que seja reconhecido, e deste pode surgir no indivíduo a sensação de vazio, de falta de existência e surgem perguntas como “quem sou eu?” ou “com o quê contribuo com minha existência?” inferiorizando-se e contraindo o sentimento de culpa.

JK Rowling utiliza-se destes argumentos para demonstrar os (pré)conceitos em sua obra, faz uso do cenário escolar e da vida para aumentar ainda mais o impacto do tema. As crianças, neste caso, ainda não se encontram na maturidade necessária para superarem estes traumas e exclusão de determinados grupos, não têm defesa para estas abordagens e, desta forma, tramam tipos de guerras para revidar situações como estas. Tanto no livro como na realidade os indivíduos possuem reações parecidas quando expostos à cenas de constrangimento e inferiorização, porém devem conter-se quanto à suas reações, pois perante a ordem capitalística os sentimentos e ações já possuem sua normatização. Segundo Guattari; Rolnik (2005, p. 53):

O que faz a força da subjetividade capitalística é que ela se produz tanto no nível dos opressores quanto dos oprimidos. [...] Os afrontamento sociais não são mais apenas de ordem econômica. Eles se dão também entre as diferentes maneiras pelas quais os indivíduos e grupos entendem viver sua existência.

A felicidade também é abordada no livro, quando apresenta o desejo de um menino em realizar seu maior sonho, estar com seus pais, mesmo que através de imagens em um espelho, o qual cria a ilusão de realidade e satisfação em quem se espelha.

⁵- Deixe-me explicar. O homem mais feliz do mundo poderia usar o Espelho de Ojesed como um espelho normal, ou seja, ele olharia e se veria exatamente como é.[...]. - Ele nos mostra o que desejamos [...]. – Mostra-nos nada mais nem menos do que o

⁵ Alvo Dumbledore explicando a Harry Potter que o reflexo que ele admira, ao lado de sua família - todos falecidos, no espelho mágico trata-se de uma ilusão.

desejo mais íntimo, mais desesperado de nossos corações. [...] Não faz bem viver sonhando e esquecer de viver, lembre-se. [...] (ROWLING, 2000, p. 184, grifo nosso).

Esta sensação de felicidade nos é transmitida nos discursos da cultura da mídia através dos produtos culturais, como: perfumes, comportamentos, aquisição de bens materiais, entre outros. O sentimento agregado aos produtos faz com que o indivíduo seja seduzido à compra para, como veiculado pelos meios de comunicação, possuir aquela mesma felicidade e satisfação apresentada no discurso do emissor. A produção de subjetividade do discurso da mídia manipula o receptor e, segundo Carvalho (2003, p. 19) “[...] utiliza palavras adequadas, que despertam o desejo de ser feliz, natural de cada ser. Por meio das palavras o receptor ‘descobre’ o que lhe faltava, embora logo após a compra sinta a frustração de permanecer insatisfeito”. JK Rowling conta sobre a felicidade e a frustração de Harry Potter ao ser informado que aquilo que ele mais desejava não passava de pura ilusão, decepcionando-se em descobrir que o que ele mais desejava não passava de apenas um simples reflexo. Este trecho nos diz subjetivamente que precisamos olhar além do que os olhos podem observar, analisar as imagens que recebemos, contestar e não apenas tornar-se pacífico e passível ao meio.

Certeau (2001, p. 43) diz “do mesmo modo, na medida em que os objetos que povoam o imaginário fixam a topografia daquilo que não mais se faz, podemos nos perguntar se, reciprocamente, aquilo que mais vemos não define hoje aquilo que mais falta”. Harry Potter vive entre o mundo real e o imaginário, fora da realidade do livro, no qual se permite fazer coisas que no mundo dos “trouxas”⁶ não o faria. Fazendo uma ligação às palavras de Certeau, JK Rowling explora na sua obra esta necessidade de viver no irreal de suprir os desejos mais profundos e fora do alcance, e mostra esta situação cotidiana onde a realidade do viver escapa das mãos, fazendo com que o indivíduo

⁶ Termo utilizado para designar a comunidade não-bruxa, às pessoas comuns, sem poderes e conhecimentos mágicos.

esqueça-se do sentido da vida, afundando-se num mundo imaginário, retratando esta ausência de realidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Harry Potter e a Pedra Filosofal, apesar de acontecer em um mundo e um contexto de vida diferente, carregado de situações da realidade, do mundo real, o que produz sentido e identificação de quem o lê. Explora questões da vida cotidiana como família, preconceitos, tribos, a busca da felicidade entre outros. Questões que aproximam por semelhança à fatores do cotidiano, onde o livro produz seus significados. O texto resgata, de certa forma, a vontade e o desejo daquilo que hoje se tem pouco.

A busca pelo convívio harmonioso e em família aparece com força durante todo o livro, porém sem que isso se efetive. Os Dursleys, tentando passar imagem feliz – porém frustrados e que assumiram a guarda do sobrinho, o qual ignoram fazendo-o infeliz – e os Weasleys, família grande e unida em todos os momentos, retratam esta carência de estar juntos, de amor e felicidade. Sentimentos eternamente desejados e perseguidos pela humanidade, fazendo com que o livro crie este laço forte com o público. Desde cedo somos levados a imaginar e ouvimos falar sobre como deve ou deveria ser, o nosso relacionamento familiar e a nossa relação com os sentimentos.

Com esta bagagem, esta cultura, formamos nosso próprio olhar sobre os mais diversos assuntos da vida e imaginamos, assim como nas leituras, como gostaríamos de passar os dias, seja ao lado de uma grande família, seja estudando em grandes universidades, variando conforme a carga referencial que adquirimos no convívio com o grupo familiar. Em Harry Potter e a Pedra Filosofal é possível

sumário

sumário

observar vários tipos de grupo familiar, temos, além dos acima comentados, os Malfoys, que são capazes de tudo pelo poder, e os Grangers, que buscam conhecimento. Enfim, é possível identificar estes fortes grupos apresentados com outros reais, dos quais temos contato diariamente ou mesmo que estão em nossa própria família, gerando também conflitos reais no cotidiano.

JK Rowling também explora a divisão dos indivíduos em tribos, como no caso da divisão dos alunos por casa – Sonserina, Lufa-Lufa, Grifinória e Cornival, separando-os por perfil de personalidade. Em Hogwarts, em virtude da separação por casa, já esperada pelos alunos que torcem para ficar em sua preferida, ocorre rivalidade e (pré)conceitos entre elas, gerando discriminação. Esta situação é um conflito não só nas palavras do livro, mas pode ser conferida diariamente nas ruas, discursos da mídia e até mesmo dentro de casa. Somos condicionados desde a infância a diferenciar classes e selecionar à qual tribos fazemos parte, alimentando os (pré) conceitos através da recepção destas subjetividades, embora ela sofra (re)apropriação e (re)significação. E é na escola que isso torna-se mais visível, como em Hogwarts. A criança ainda está formando seus valores e crenças, porém é influenciada a comportamentos que ela nem mesmo tem total entendimento, mas reproduz, gerando diferenciações. Assim como Harry Potter faz parte da tribo que luta pela justiça e igualdade e Draco Malfoy da tribo que lança mão de qualquer truque para alcançar seus objetivos particulares.

Harry Potter e a Pedra Filosofal faz com que o entremos num mundo imaginário, contudo com situações reais ou muito próximas de ser, levando o leitor a transportar-se para situações que ele mesmo viveu, das quais têm ciência de que ocorrem não somente na literatura ou na imaginação de quem lê, mas no cotidiano. Faz o leitor viajar para um mundo similar ao real, em se tratando de valores, crenças e obstáculos de vida.

Enfim, JK Rowling apresenta nesta obra fragmentos que refletem situações da realidade e ao mesmo tempo remete o leitor a uma viagem por novos significados e possibilidades.

REFERÊNCIAS

A PEDRA Filosofal. Disponível em: <http://www.rocco.com.br/shopping/index_best sellers.htm> Acesso em 29 de set. 2007.

ADORNO, T. W. *Indústria Cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BACCEGA, M. A. *Palavra e discurso: história e literatura*. 2. ed. São Paulo: Ática, 2007.

BENJAMIN, W. *Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação*. Tradução de Marcus Vinicius Mazzari. São Paulo: Summus, 1984.

CARVALHO, N. *Publicidade: a linguagem da sedução*. São Paulo: Ática, 2003.

CERTEAU, M. *A cultura no plural*. 2. ed. São Paulo: Papyrus, 2001.

CERTEAU, M; GIARD, L; MAYOL, P. *A invenção do cotidiano: morar, cozinhar*. Petrópolis: Vozes, 1996.

GUATTARI, F; ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. 7. ed. Ver. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

KELLNER, D. *A Cultura da Mídia*. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.

LARROSA, J. Agamenon e seu porqueiro. In: *Pedagogia profana: danças, piruetas e mascaradas*. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

LARROSA, J. O código estúpido. In: *Linguagem e Educação depois de Babel*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2003.

ROWLING, J. K. *Harry Potter e a Pedra Filosofal*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

VORRABER COSTA, M. *Estudos culturais em educação: mídia, arquitetura, brinquedos, biologia, literatura, cinema*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.



5

Ana Carolina de Araújo Abiahy

A CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES NO MUNDO VIRTUAL

sumário

Nos últimos anos, verificamos que o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação provocou profundas mudanças na própria comunicação interpessoal e no posicionamento dos sujeitos. É inegável a rápida expansão e popularidade dos programas de conversação on-line (chats), das páginas pessoais, que vão desde os blogs temáticos até os perfis no Instagram, que podem ser apenas um álbum pessoal narcisista ou uma grande vitrine de negócios, sem contar nas redes de relacionamento como o Facebook e até a possibilidade de uma existência virtual simulada. Todas estas modalidades de expressão na rede mundial de computadores criam novas formas de associação, onde identidades podem ser criadas e novas imagens inventadas.

As fronteiras entre o mundo real e o virtual se diluem, pois o que acontece na rede interfere no convívio face a face. Aliás, definir o mundo real ficou cada vez mais difícil porque no mundo on-line as experiências são vivenciadas de forma real e com intensidade. Ironicamente, podemos indagar: o mundo real é aquele em que fazemos o registro da foto ou onde a alteramos no *photoshop*? Mas, se a foto já é um simulacro, estas questões nos levam longe. Casais que se conhecem via internet acabam travando laços ao vivo, assim como ocorre com as amizades e os contatos profissionais. As transações comerciais e os crimes cometidos com a ajuda da tecnologia virtual estão forçando as legislações, que costumam demorar a serem alteradas, para mudanças cada vez mais constantes. Mesma problemática estimula os países a definirem novas relações diplomáticas, pois o mundo cibernético ignora as fronteiras geográficas. Recorro a Pierre Levy (2005) para uma breve definição:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de

pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LEVY, 2005, p.17).

Para analisar qualquer uma das mudanças trazidas pela cibercultura, vemos que analisar o narcisismo e as novas sociabilidades se faz imprescindível. Embora pareçam estar em polos opostos, têm convivido harmoniosamente nesta sociedade globalizada. Afinal, se a rede estimulou os indivíduos a olharem cada vez mais para o próprio umbigo, transformando seus álbuns pessoais em jornal diário para internautas, por outro, as comunicações on-line entre pessoas distantes no globo colaboram para traçar estratégias coletivas de combate ao poder hegemônico, tecendo novos laços comunitários, configurando novas formas de identificação entre os sujeitos.

Estas mudanças apontam que há uma tendência de personalização, pois o usuário da internet se transforma em um produtor também, afinal, ele interfere no quadro da rede, ao inserir novas informações e fazer suas próprias páginas. Esta tendência foi antecipada pela própria grande mídia, que passou a se orientar segundo o viés da segmentação e da maior personalização na produção dos bens culturais. Esta configuração da mídia hoje obedece ao viés multifacetado da própria globalização, onde a padronização deixou de ser a tônica do mercado. O quadro é o que Armand Mattelart (1999) chama de diversificação na padronização: "Tudo acontece como se, dessa realidade contemporânea híbrida, a etnografia apenas retivesse um só aspecto: o da personalização. O pontual, o singular contra o global" (p.257).

Esta tendência de segmentação, por mais que seja guiada pelo oportunismo capitalista que procura os nichos lucrativos, fatiando agora o mercado, não deixa de ser uma percepção mais democrática. Afinal, na medida em que oferece produtos culturais específicos, a mídia passa a considerar que a sociedade é construída sobre um tecido social multifacetado e que compreende diversas minorias, antes ignoradas. É o que percebemos com o espaço maior conquistado

pelos discursos de segmentos da sociedade identificados como minorias (como é o caso dos negros, homossexuais e a terceira idade).

Estes produtos culturais com público específico podem constituir um discurso mais aprofundado com determinado grupo social ou apenas atender a um nicho mercadológico lucrativo. Nesta mudança de foco da mídia, que agora vai em direção aos discursos que antes eram tradicionalmente sufocados, podemos verificar uma maior democratização do universo social. Principalmente se levarmos em conta o que Muniz Sodré (2005) nos define como minoria:

Lugar 'minoritário' é um *topos* polarizador de turbulências, conflitos, fermentação social. O conceito de minoria é o de um lugar onde se anima os fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder. Implica uma tomada de posição grupal no interior de uma dinâmica conflitual (SODRÉ, 2005, p.12).

Tal quadro traça paralelos com a própria internet multifacetada por excelência, tendo em vista o caráter mais independente, estímulo à expressão de ideias muitas vezes dissonantes do discurso dominante. É o meio de comunicação da cultura global. A internet modificou o sistema linear em que a comunicação parecia se basear quando se tratava dos meios de comunicação de massa do século XX. A ampla teia selvagem não consegue ainda ser domesticada por completo. Aqui, a interferência, o feedback, a retroalimentação é a regra e não a exceção, como no demais ambientes. A função ativa aqui é relevante, na medida em que somos usuários, mais que expectantes. A palavra internauta, para significar quem vai navegar na rede virtual, é mais do que apropriada, pois para navegar é preciso tomar nas mãos um leme, se direcionar. É o internauta que constrói o itinerário em um meio onde não só se usa a rede como também se contribui para fazer parte do acervo dessa mesma rede.

sumário

Para falar apenas em uma distinção trazida pela internet para a composição textual, chamamos atenção para as mudanças provocadas pelo hipertexto, os links trazidos dentro de uma notícia, por exemplo. Segundo Pierre Lévy, o hipertexto possibilita leituras diferentes de um mesmo texto, apropriações distintas da mensagem, itinerários diversos de uma só discussão. Por meio do hipertexto, a rede rompe com o sistema linear de leitura porque permite, estimula e colabora para as conversas paralelas entre os usuários. Em tempo real, é possível conhecer realidades distintas, culturas diferentes. Os chats possibilitam isso, os comentários online também. A rede estimula o usuário a realimentar a sua teia.

Esta proliferação de sites, páginas pessoais e perfis nas redes sociais atende a lógica da sociedade do espetáculo, estudada por Guy Debord (1997), onde todos poderiam ter seus quinze minutos de fama, eternizados, até agora, nas databases. A sociedade da imagem, do simulacro, estimula as câmeras de vídeo, digitais, onde a imagem pode ser feita e refeita, não mais somente apreciada, como afirmação da memória e segurança, agora somente consumida, apagada, para ser refeita. É o novo que se compraz em produzir e em armazenar, reafirmando o consumo como meta. Não é à toa que a Internet, inicialmente, um espaço de diálogo entre centros universitários, é rapidamente transformada em um mercado.

Entre as caracterizações desta rede e cultura global, está a pulverização de mensagens, ao invés da concentração emissiva que encontrávamos em mídias como o jornal impresso e a televisão, e, principalmente, a interatividade. O caráter interativo trazido pela internet foi uma conquista que não tem volta atrás e que influenciou e influencia toda as outras mídias. A rede também é um campo aberto para a formulação de identidades instantâneas, em uma espécie de grande teatro virtual. A vida hoje acontece entre o virtual e o real, criando novas

sumário

sociabilidades em encontros com comunidades de interesses afins, mesmo que em espaços geográficos totalmente distantes.

Esses encontros no ciberespaço criam focos de resistência. Dênis de Moraes (2001) dá atenção especial aos movimentos sociais que fomentam protestos através da rede. Os ataques e manifestações ao G8 são marcados via Internet. As tecnologias empreenderam mudanças até na pesada indústria fonográfica, poderosa nos tempos da massificação. Piratas é uma expressão perfeita, pois eles são vistos como Robin Hoods retirando dos gordos bolsos dos executivos das gravadoras o que foi surrupiado do consumidor durante anos através de preços artificializados para cobrir os gastos com publicidade. A indústria do cinema que hoje se agiliza para lançamentos simultâneos foi abalada pelas distribuições alternativas no rápido camelódromo urbano. As estratégias mercadológicas e empresariais estão tentando se adequar a essa nova balança, cobrando pelo nosso consumo dos bens culturais em *streaming*.

Associamos este processo da mídia e do interesse mais setorizado dos públicos com o processo histórico de afrouxamento dos laços do indivíduo com sua nação e a comunidade de origem. Principalmente, com a própria ideia de sujeito idealizado que foi posta em xeque no século XX. Tal sujeito-modelo colocado como norma era o homem, branco, ocidental e de tradição judaico-cristã. As lutas pós-coloniais, os movimentos negro, feminista e LGBTI, a valorização de religiões de matrizes africanas, entre outras concepções de mundo que passaram a ganhar notoriedade, a partir da segunda metade do século XX, passam a minar a visão padrão do sujeito humano anterior. Uma nova concepção de história aponta para a quebra deste padrão de sujeito-universal, ao analisar as experiências destes grupos oprimidos.

No texto “Identidade e diferença”, Stuart Hall (2000) explicita que o conceito de identidade é estratégico e posicional, ao invés de essencialista. Mas, como o próprio Hall pontua, é difícil o sujeito perceber

sumário

que pode alterar sua configuração identitária, pois sempre há uma ilusão essencialista que paira no imaginário e nas práticas disciplinares operadas pelo discurso dominante. Fazendo um paralelo da consideração de Hall para o quadro atual no universo midiático, vemos que, por não se sentir representado pelo discurso oficial e unificador, o sujeito procura outras formas de identificação, passando a se identificar com o grupo social com o qual compartilha de interesses e escolhas que tomam por base o consumo de produtos culturais semelhantes.

Na contemporaneidade, testemunhamos a quebra da unidade no discurso, o que faz a mídia apresentar-se como um espaço conflitual, para usar a palavra de Muniz Sodré. As temáticas especializadas e o estímulo à formação de públicos específicos fazem parte desta tendência de expor a diversidade existente na sociedade. A lógica da mídia costuma trabalhar com a hierarquização dos assuntos, mas isto tem se tornado mais flexível. Percebemos esta mudança, na medida em que há uma maior pluralidade de discursos conquistando representatividade na mídia. Por outro lado, a mídia se apresenta como um poder disciplinador, muitas vezes.

Procuramos compreender em que proporção a busca dos grupos sociais por um discurso diferenciado, segmentado, é um resultado da perda da unidade em torno das grandes ideologias que regem o social e que forjaram a identificação com um sujeito universal, resumo do discurso dominante. Desta forma, a explosão das diferenças, a partir da maior visibilidade alcançada dos diversos discursos ocupando a mídia, revelaria a descrença no ideal de modernidade que pregava a uniformidade e alívio das tensões.

Ao invés da padronização que cumpria o papel de tentar eliminar as diferenças, estamos assistindo a segmentação, ao incentivo da personalização dos bens simbólicos. Acreditamos que o processo colabora para a maior democratização na mídia, porque permite aos

sumário

diversos pontos de vista serem expressos pelos indivíduos e, por consequência, colabora para aumentar a liberdade de escolha do público.

Podemos pensar que as novas tecnologias contribuíram para que a mídia se apresentasse desta forma, basta pensar nas possibilidades abertas para a oferta variada de expressões e de discursos presentes na internet, por exemplo, que fortaleceu a interatividade. Desta forma, contemplou tanto a multiplicidade quanto a convivialidade, criando, inclusive, novas formas de convívio com o ciberespaço e a virtualidade. Segundo Maffesoli (1995), é a quebra com o padrão da Modernidade, nos colocando em um movimento de retribalização, onde há a partilha de uma imagem por um mesmo grupo, que nos lança em um novo ideal comunitário: “Assim, o que prevalece não é mais o indivíduo, isolado na fortaleza de sua razão, mas o conjunto tribal, que se comunica ao redor de um conjunto de imagens que consome com voracidade” (MAFFESOLI, p.145).

Ainda, conforme Maffesoli, o mundo estaria saindo de um social racionalizado para uma sociabilidade com dominante empática (1998, p.17). Um dos sinais disso é que hoje as pesquisas procuram pensar o sujeito em seu contexto, sua comunidade, suas experiências e não mais de modo individual, uno e impessoal. O que mudou nesta nova sociabilidade que cresce com as novas tecnologias comunicacionais foi o posicionamento dos sujeitos.

Para o autor, nesta nova sociabilidade, a pessoa/persona representa papéis nas tribos de que participa: tem um posicionamento diferenciado se está no trabalho, na família, no lazer. Antes, o social exigiria deste indivíduo um engajamento unitário, o sujeito teria o mesmo engajamento na política, na associação, em grupos estáveis. Hoje, pode defender fazer parte de variados grupos que não se entendem entre si, desde que, em cada um, identifique-se com ao menos uma causa. Isto porque os grupos não teriam um grande ideal a defender,

sumário

não teriam uma visão absoluta da sociedade “(...) entrecruzamento de círculos é o que caracteriza a nossa época” (MAFFESOLI, 1998, p.109).

Questionamos se isto não seria um sinal da excessiva permissividade do individualismo. É por isto que as discussões acerca da pós-modernidade e modernidade parecem infindáveis. Afinal, se a pluralidade de discursos expressos através de tantos grupos e que encontram seu meio mais apropriado na rede cibernética é indicador de mais liberdade no posicionamento dos sujeitos, não deixa também de ser um revelador de isolamentos e de interesses diluídos na sociedade. Isto é grave em si tratando de um país como o Brasil com grandes desigualdades e que depende muitas vezes de um catalisador de soluções para driblar injustiças históricas. Devemos então estar atentos a aspectos também negativos desta nova expressão dos sujeitos e das sociabilidades.

As especificidades crescentes substituíram a relação com o social de modo mais amplo (o que ocorria nas fases históricas de uma crença maior nas ideologias), reduzindo hoje a experiência coletiva a microcosmos de interação. O crítico Michel Maffesoli (1998), ao observar a sociabilidade do mundo contemporâneo, formada através de um novo tribalismo, alvo de seus estudos, afirma que: “Cada grupo é, para si mesmo, seu próprio absoluto” (1998, p.125). Para ele, esta nova estratégia de sociabilidade é símbolo da vitalidade dos sujeitos diante da força da comunicação de massa dominante no século XX. “A constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas”, (MAFFESOLI, 1998, p.137).

Vemos que o autor associa estas novas constituições dos sujeitos a outros fenômenos do mundo contemporâneo, não só o das inovações tecnológicas dos meios de comunicação. Maffesoli (1998) analisa que a própria mudança na estrutura geopolítica corrobora esta ideia do múltiplo, é o que podemos ver com a luta étnica que não se arrefeceu nos tempos pós-coloniais. Podemos observar isto também

sumário

no Brasil, após o período de concentração de poder na ditadura, o quadro político do país se abriu a uma multiplicidade de partidos.

Até mesmo no aspecto mais particular do mundo afetivo, percebemos características que o autor define para estes novos tempos que são facilmente comprováveis. Para ele, esta sociabilidade contemporânea não se apóia no fazer, nem em um associacionismo contratual, mas se esboça no orgiástico, na comunicação, na fruição do presente e na incoerência passional que induzem ao reencontro e a sujeição, ao mesmo tempo (MAFFESOLI, 1998).

Considerando o aspecto da maior liberdade na expressão dos discursos, oriundos dos mais diversos emissores, vemos que a atual tecnologia só colabora com o processo histórico que orienta os sujeitos a darem vazão aos saberes e experiências das mais diferentes origens. Michel Foucault (1998), nos textos “Soberania e disciplina” e “Genealogia e poder”, comenta acerca da efervescência na expressão dos mais variados discursos, algo que se tornou crescente desde o final dos anos 60. Ele ressalta que a unidade teórica do discurso foi recortada, invertida e caricaturizada, pois se percebe uma criticabilidade crescente das instituições, práticas e dos discursos. Este é o panorama que vai dar origem à tecnologia contemporânea, em que a rede não é linear e não há hierarquizações.

Estas considerações de Foucault avançam no sentido de compreender hoje o espaço da comunicação, das novas mídias, como fora dos padrões de poder concentrado, que seria o comum em outros meios de comunicação de massa como a televisão, por exemplo, onde a crítica colocava os sujeitos como passivos. Hoje, as novas mídias pulverizam o poder em variados discursos e o texto de Foucault nos ajuda a compreender que a força nunca esteve ausente dos sujeitos.

(...) em qualquer sociedade existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de poder não podem se dissociar

se estabelecer nem funcionar sem uma produção, uma acumulação, uma circulação e um funcionamento do discurso (FOUCAULT, 1998, p.179).

Esta reflexão é interessante para que não sejamos ingênuos ao enxergar na maior pluralidade de discursos expressos através das novas mídias a ausência de qualquer controle. Afinal, já apontamos que esta tendência de segmentação e personalização, em substituição a padronização e unificação, é uma das formas que o poder econômico encontra, nos moldes da globalização, de perpetuar a lógica capitalista. A divisão dos grupos sociais com interesses distintos é uma estratégia mercadológica também. Mais uma vez Michel Foucault nos faz ficar atentos “Efetivamente, aquilo que faz com que um corpo, gestos, discursos e desejos sejam identificados e constituídos enquanto indivíduos é um dos primeiros efeitos de poder” (1998, p.183). Ele parecia ainda se antecipar a forma de organização que os meios de comunicação assumiriam

O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede (FOUCAULT, 1998, p. 183).

Um dos conceitos que a filósofa Marilena Chauí (1997) trabalhou é o de discurso competente, que podemos identificar como o discurso dominante. Chauí mostra a atuação da ideologia para “obter uma imagem particular universalizada, isto é, a imagem da classe dominante” (1997, p.3). Para tanto, universaliza o particular “pelo apagamento das diferenças e contradições” (CHAUI, 1997, p.3). Identificamos que este seria o processo ocorrido nos meios de comunicação de massa tradicionais, a exemplo da televisão e do jornal, onde há um esforço pela repetição e pela uniformização. Hoje, as novas mídias provocariam uma outra tendência mais particularizada, que tenta conquistar o sujeito, oferecendo para ele um lugar onde se identifica, um espelho. A

publicidade ataca neste sentido e os produtos culturais também trabalham no aspecto da customização, para usar uma palavra pertencente ao universo da moda e que cai tão bem ao tratarmos de imagem.

As reflexões de Chauí nos parecem importantes porque tratam de uma modalidade deste discurso competente, que seria o de se amoldar, se imiscuir nas consciências de modo camuflado. Segundo Chauí (1997), quando o instituinte passa a instituído, a ideologia incorpora as novas ideias, retirando o significado original que existia quando de seu surgimento. É este processo que origina o “discurso competente”, aquele que tem legitimidade e que é reconhecido como prioritário dentro de uma sociedade. É o que percebemos quando certas iniciativas, posturas ou discursos destoantes de qualquer padrão dominante partem de uma condição quase marginal na sociedade e acabam tendo suas ideias transferidas, adaptadas para o discurso da grande mídia, sendo ofertadas como um produto “diferenciado”, uma fatia para o mercado. Um exemplo seriam movimentos culturais como os punks, na década de 70, que, embora tenham surgido de uma experiência contestatória de jovens de classes baixas com um discurso contrário ao oficial, passam a ser exibidos na mídia como um bando que gosta de usar roupas esquisitas com cabelos estranhos e acabam tendo a sua estética incorporada aos padrões da moda, só para citar um exemplo da contracultura.

A grande mídia tradicionalmente costuma distorcer um determinado discurso, transferindo-o de seu lugar de origem, onde atende a uma linguagem própria com significados conhecidos por seus pares, para trazê-lo a um espaço maior onde, apenas por imitação, passa-se a utilizar este discurso, sem compreendê-lo, e sem ter um vínculo com suas intenções. Seria esta a maior esperteza do discurso que domina a mídia, aglutinar os discursos divergentes em um só discurso. Pierre Bourdieu (1999) explica que o processo é resultado da interiorização de

normas, baseado não na submissão, mas na assimilação das regras. O que Bourdieu bem explica através da noção de *habitus*:

De fato, as disposições mais inconscientes, como por exemplo as que resultam da interiorização de um *habitus* primário de classe, se constituíram através da interiorização de um sistema objetivamente selecionado de signos, índices e sanções, que nada mais são do que a materialização nos objetos, nas palavras e nas condutas, de um sistema particular de estruturas objetivas. (BOURDIEU, 1999, p. 161).

Esta reflexão nos abre os olhos acerca do confronto presente nas mídias acerca da liberdade na expressão dos discursos diferenciados. Porém, não podemos deixar de negar que o quadro hoje é bem mais flexível e aberto ao contraditório do que décadas atrás. A própria mudança advinda com a internet, que se constitui em um ambiente de horizontalidade e, portanto, mais propício a intervenções dos diversos segmentos que compõem o social, demonstra isso.

Além disso, a própria configuração do espaço midiático com a convivência de diversas linguagens colabora para isso. Por mais que a internet hoje seja o espaço mercadológico, o uso livre e particular da mídia a faz um laboratório de criação. Se, no passado, era preciso o leitor mendigar um espaço entre os colunistas do jornal para expressar sua opinião, hoje ele pode falar para milhões nos sites e aplicativos online de compartilhamento de vídeos. Muitas vezes, infelizmente, o que está sendo expresso nada mais é do que o culto ao eu, não necessariamente a tentativa de se fazer uma ponte com o outro, mas apenas a ilusão de ser uma celebridade.

Dominique Wolton (2007) nos fala em solidões interativas ao analisar a dificuldade dos indivíduos travarem uma comunicação interpessoal nestes tempos de excessiva troca de informações. O autor diz não ver na presença das novas tecnologias performáticas a condição para a aproximação dos sujeitos. Acreditamos que nenhuma

sumário

mídia por si só o fará, mas é inegável que as possibilidades abertas no ciberespaço ampliam em muito as pontes entre os sujeitos. Ainda assim, vejo ser importante ouvir Dominique Wolton como uma voz discordante que nos faz ver a permanência do individualismo nesta era de novas sociabilidades. É um alerta quando vemos a sociedade repartida nos diversos nichos mercadológicos, nas tribos, que podem ser exercício de liberdade, mas também esconderijo de idiosincrasias discriminatórias.

[...] o desafio não diz respeito à aproximação dos indivíduos e das coletividades, mas, ao contrário, à administração de suas diferenças; não à celebração de suas semelhanças, mas àquela muito mais complexa, a de suas alteridades (WOLTON, 2007, p. 11).

Felizmente, não só de narcisismo vive a internet. Para Dênis de Moraes (2001), é possível termos visões otimistas com a internet, pois ela estaria fortalecendo laços e trocas interculturais. Isto é facilmente verificável se levarmos em conta os protestos contra o grupo dos países mais ricos do mundo durante os fóruns econômicos mundiais, eles são articulados mediante comunicações via internet. É a cibermilitância da qual fala Denis de Moraes:

O ambiente tendencialmente interativo, cooperativo e descentralizado da Internet introduz um componente criativo nas lutas sociais (...) E o que é desconcertante: sobrepujando os filtros ideológicos e as políticas editoriais da grande mídia (MORAES, 2001, p. 125).

Ainda, conforme Moraes, o objetivo é: “[...] driblar o monopólio de divulgação, permitindo que forças contra-hegemônicas se expressem com desenvoltura, enquanto atores empenhados em alcançar a justiça social” (2001, p.125). Não podemos deixar de perceber que a nova mídia também será palco para que grupos extremistas e racistas exerçam sua intolerância, tramando campanhas que incitam a violência. Mas, por outro lado, o próprio rastreamento da internet pode facilitar a punição destes crimes. E a cobrança dos usuários, de modo contestatório com os cancelamentos virtuais, é outra forma de reação.



sumário

O que importa destacar de todos estes fenômenos é que, para onde olharmos, a pluralidade dos pontos de vista está se fazendo notar. Uma questão para levar em conta é a maior facilidade na elaboração dos produtos culturais, no que diz respeito aos custos. Hoje, fazer um filme ou gravar uma canção é algo bastante acessível, contando com todas as possibilidades de produção existentes trazidas pelas novas tecnologias.

Se formos atentar para as motivações mais profundas acerca da própria procura dos sujeitos por agrupamentos de acordo com hábitos e perfis culturais, muitas vezes distante de seu território geográfico, percebemos que isto tem ligação com o processo de desvinculação do sujeito contemporâneo as ideias forjadas de regiões, país, nação. Hoje as trocas culturais não dependem de proximidade geográfica, mas do compartilhamento de visões de mundo construídas mediante as tecnologias da mídia que configuraram um outro *locus*, globalizado, que tem sua configuração mais nítida na noção de ciberespaço.

Este compartilhamento de um universo cultural que foi construído no quadro da globalização não deixa de apontar para o perigo da unificação dos muitos mundos culturais que continuam a existir em seus territórios e que tiveram origens diversas. Mesmo assim, felizmente, todo este poder de concentração das ideias tem encontrado resistências nos diversos receptores e vemos que a própria configuração do espaço midiático, hoje mais multifacetado, possibilita a constante elaboração de discursos outros, muitas vezes nitidamente divergentes de qualquer emissor hegemônico que poderia exercer um controle. Atualmente, conforme destaca Bourdieu:

O desenvolvimento do sistema de produção de bens simbólicos (em particular, do jornalismo, área de atração para os intelectuais marginais que não encontram lugar na política ou nas profissões liberais), é paralelo a um processo de diferenciação cujo princípio reside na diversidade dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos, e

cujas condições de possibilidade residem na própria natureza dos bens simbólicos. (BOURDIEU, 1999, p.102).

Podemos então dizer que na cibercultura há um equilíbrio entre o narcisismo, o culto ao eu e o diálogo plural, o encontro, as novas sociabilidades. Quem sabe antecipando as conquistas por uma ordem social que desestabilize as intolerâncias e estimule o respeito ao outro: unifique sem ocultar o divergente.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre. "O mercado de bens simbólicos". In: *A economia das trocas simbólicas*. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 1999. Coleção Estudos.
- CHAUÍ, Marilena. "O discurso competente". In: *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. 7 ed. São Paulo: Cortez, 1997.
- DEBORD, GUY. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 13 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.
- HALL, Stuart. "Quem precisa da identidade?" In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2005.
- MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. 2 ed. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- _____. *A contemplação do mundo*. Trad. Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e ofícios, 1995.
- MATTELART, Armand. *Comunicação-mundo: História das idéias e das estratégias*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- MORAES, Denis de. "A cibermilitância: movimentos sociais na Internet". In: *O concreto e o virtual: Mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____. *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande, Letra Livre, 1997.

SODRÉ, Muniz. "Por um conceito de minoria". In: PAIVA, Raquel e BARBALHO, Alexandre (org). *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois?* Uma teoria crítica das novas mídias. 2 ed. Trad. Isabel Crosseti. Porto Alegre: Sulina, 2007.



sumário



6

Vera Lúcia Viana de Paes

Arlete Ribeiro Nepomuceno

Gicélia Veloso Moreira

ABORDAGEM MULTIMODAL APLICADA AO GÊNERO PUBLICITÁRIO

INTRODUÇÃO

Compreender a atuação dos modos semióticos em papéis individuais e intersemióticos (expansão semântica entre modos semióticos) é central para entender o letramento. Os papéis individuais especificam potencialidades e limitações (*affordances*) de dado modo semiótico, produtor de significações em contexto socioculturais. Das intersemioses ou ligações entre modos semióticos emergem novas significações para o conjunto multimodal, sobretudo porque um modo semiótico não é suficiente para representar a comunicação. Como indivíduos e sociedade formam e expressam identidades sociais e conceitos, anúncios publicitários são gêneros que envolvem diferentes recursos semióticos, nos quais podemos explorar o complexo *mix* de características socioculturais, tecnológicas e econômicas desses modos.

Segundo Hodge e Kress (1988), o termo “recurso semiótico” é utilizado para a descrição analítica de processos e estruturas que constroem significados, considerando os propósitos da comunicação, para os quais o signo é motivado, constituindo-se da forma e, principalmente, da função. Nesse contexto, quando o *marketing* publicitário desenvolve uma ideia para veicular um produto, cria signos motivados por interesses: a venda de produtos e a divulgação da marca, a partir de formas ou artefatos semióticos presentes no contexto sociocultural.

Na perspectiva da Semiótica Social, todo texto é motivado socialmente e manifesta interesses, posições sociais, expressa relações de poder, ideologias, preferências. Para Kress (2010), um produtor de signos (*signmaker*) avalia propósitos, gostos, características e capacidades do público-alvo, meios disponíveis para moldar a mensagem, mídias apropriadas para disseminação do conteúdo e a combinação desses fatores de acordo com os objetivos.

sumário

Com o texto publicitário não é diferente, cuja composição textual é moldada pelos estudos de mercado para o produto a ser comercializado e divulgado, e pela reunião de modos (recursos) semióticos, que são os meios materiais para a produção de sentidos: palavras, imagens, sons, cores, molduras, ângulos, tipos de representações, entre outros.

Conforme Jewitt (2013), o início dos anos 2000 marca o desenvolvimento da multimodalidade, notadamente pelos trabalhos de Kress e Van Leeuwen (2001, 2006); Van Leeuwen (2005), tributários das ideias de Halliday (1978; 2004) na visão da linguagem como sistema semiótico social, retirando-a de um sistema estático para um sistema social de opções e potenciais de significado.

Kress e Van Leeuwen (2006) estenderam os princípios de Halliday (1978; 2004) para o modo visual e outros sistemas semióticos, com o texto imagético, buscando identificar recursos semióticos, significados potenciais, escolhas disponíveis e princípios organizacionais que sustentam a configuração, que comunica ideologias e discursos.

Nessa direção, este estudo qualitativo-interpretativo busca analisar um anúncio publicitário impresso do Boticário, valendo-se de categorias analíticas propostas pela Gramática Sistêmico-Funcional (doravante GSF) e Gramática do *Design Visual* (de agora em diante, GDV). Para atingir este propósito, como objetivo geral, pretendemos evidenciar significações construídas nas metafunções ideacional e interpessoal (HALLIDAY, 2004) e nas metafunções representacional e interativa (KRESS; LEEUWEN, 2006). De modo específico, objetivamos analisar: (i) o sistema *linguístico* e *extralinguístico*; (ii) no *modo verbal*, a rede de significados que codifica *processos*, *participantes* e *circunstâncias* (ideacional); os componentes oracionais dos sistemas de *modos* e a maneira como as relações estabelecidas os definem (metafunção interpessoal; e (iii) no *modo visual*, os *processos simbólicos* (representacional); significados semióticos (olhar, distância, ponto de vista) (interativa).

Com base nos objetivos elencados, propomo-nos responder às indagações: Como os contextos de situação e de cultura interferem na interpretação da comunicação publicitária?; Como a escolha de processos, participantes e circunstâncias promovem a construção semântica do anúncio?; Como componentes oracionais do sistema de Modo (sujeito + finito + resíduo) definem os valores trocados no MODO oracional?; Como os significados imagéticos influenciam os consumidores a aderirem ao que foi proposto?.

Após essa introdução, a seção seguinte apresenta os principais conceitos da GSF, alinhando-se com princípios da GDV para a leitura de imagens. A terceira seção apresenta a metodologia. Na última seção, apresentam-se os resultados a que chegamos e a conclusão.

DA GRAMÁTICA SISTÊMICO FUNCIONAL À GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL

Dando um passo adiante, no que concerne aos estudos de Saussure (2006), Halliday escolheu para objeto de estudo a língua (forma abstrata) e a linguagem (fala, discursos nos contextos sociais), introduzindo a GSF. Logo, tornaram-se relevantes às intenções dos falantes no momento em que participam do ato comunicativo. Para a GSF, a língua é vista, percebida e analisada como escolhas, processadas via sistema paradigmático e sintagmático, para a qual o nível paradigmático possibilita escolhas linguísticas e o nível sintagmático (funcional) corresponde aos diversos recursos dos quais o falante lança mão para construir significados, nos diversos contextos como participantes do processo comunicativo.

Nos termos de Halliday (2004), a linguagem não é construída apenas de palavras e sentenças, mas também de contexto de situação

sumário

e de cultura específicos, analisando estruturas léxico-gramaticais, atreladas ao uso e ao significado que possuem na vida do usuário.

Consoante à GSF, a linguagem é organizada em dois sistemas: o *extralinguístico* (contexto de cultura e de situação) e o *linguístico* (nível de conteúdo e de expressão). No sistema extralinguístico, o indivíduo faz escolhas com base no ambiente socioideológico em que ele se insere. O *contexto de cultura* é mais estável, relacionando-se à noção de gênero, formado por práticas, valores e crenças mais recorrentes que permanecem ao longo do tempo. O *contexto de situação* associa-se à noção de registro, caracterizado pelo uso que o indivíduo faz da linguagem em determinado contexto situacional, formado por variáveis de registro, relacionadas às funções ideacional, interpessoal e textual, respectivamente: *campo* refere-se à prática social dos participantes e à natureza da atividade social; *relação* remete-se à posição dos participantes dentro do processo comunicativo; e o *modo* direciona-se ao mecanismo por meio do qual se transmite as informações.

No sistema *linguístico*, o sistema de conteúdo abarca os significados em estruturas léxico-gramaticais e os sistemas de expressão (grafológicos, fonológicos) constituem a materialidade semiótica do texto.

As variáveis contextuais estão imbricadas nas funções (metafunções) que a linguagem desempenha: ideacional, interpessoal e textual. A *metafunção ideacional*, materializada em orações, alocada na variável campo, no sistema de transitividade, relaciona-se à forma como o indivíduo se posiciona no mundo, às experiências por que passa, através de *processos*, *participantes* e *circunstâncias*. Dos tipos de processos existentes, são considerados principais no sistema de transitividade: *materiais* (fazer, acontecer etc.), *relacionais* (ser, ter, classificar, definir etc.), com os quais nos deparamos na análise, e *mentais*. Nos processos *materiais*, direcionados ao fazer, o participante obrigatório recebe o nome de *Ator* (quem pratica a ação), podendo existir

sumário

ainda o *Meta* (quem sofre a ação). Nos processos *relacionais*, voltados para as relações estabelecidas entre os participantes e seus valores ou atributos, os participantes são *Portador e Atributo*. Tais processos podem vir acompanhados por *circunstâncias*, materializadas em advérbios ou sintagmas adverbiais, assumindo um viés semiótico na oração.

Concernente à *metafunção interpessoal*, no bojo dos estudos de Halliday (2004), a interação entre os participantes está compreendida na variável *relação*. Segundo Halliday (2004), nas incessantes interações sociais, valemo-nos de diferentes papéis no ato de falar, existindo dois papéis discursivos: *dar* e *solicitar*. Com esses papéis, há troca de bens e serviços; e de informações, ligados à natureza do que é trocado. Na troca de bens e serviços, na qual se definem as funções discursivas de *oferta* e *ordem*, o produtor faz as seleções linguísticas usando a linguagem como uma estratégia, para atingir um determinado objetivo ou influenciar o comportamento do interlocutor. Já na troca de *informações*, na qual se definem as funções discursivas (de *afirmação* ou *interrogação*), o interlocutor pode ouvir o que lhe é dito e realizar uma ação, desempenhar um papel argumentativo de afirmar, negar ou fornecer uma informação. Nesse caso, o material trocado nada mais é do que a própria linguagem, o que é evidente em razão de a troca de informações ser possível somente em forma de linguagem. Conforme a função semântica da oração, a oração adquire a forma de uma *proposição* (troca de informações) ou proposta (troca de bens e serviços).

Prosseguindo nas categorias de análise propostas por Halliday (2004), há, ainda, o sistema de *MODOS* ([sujeito+finito] + resíduo) e da *modalidade* (auxiliares modais, elementos modalizadores), mecanismos pelos quais se realizam a metafunção *interpessoal*, especificando papéis assumidos pelos participantes num evento discursivo. Segundo Antonio (2010, p. 84): “O sistema de MODOS [...] disponibiliza ao falante estratégias semânticas, tais como adulação,

persuasão, sedução, pedido, sugestão, insistência, afirmação, dúvida, das quais ele pode se valer na elaboração do seu discurso”.

Para Halliday (2004), o *sujeito* e o *finito* formam o sistema de Modo, em que o *sujeito* é o grupo nominal, e o elemento *finito*, parte de um grupo verbal (ou é o grupo verbal). Além do sistema de Modo, há o *resíduo*, que consiste do remanescente da oração quando retirados o *sujeito* e *finito*, cuja formação típica é: *predicador* (realizado pelo grupo verbal) *complemento* (realizado pelo grupo nominal) e *adjunto* (grupo adverbial ou preposicional), abordados na análise, elementos constitutivos do MODO oracional.

Segundo Halliday (2004), o sujeito foi reinterpretado em termos funcionais, não sendo, pois, arbitrário, em virtude de significar algo, postulado como semântico. Tal significado advém de o sujeito, num evento interativo, ser o responsável pelo funcionamento da oração, isto é, a entidade sobre a qual recai a validade da oração, conservando a responsabilidade ou de sua verdade, ou de sua falsidade. A finitude, integrando o grupo verbal, é representada por operadores verbais que podem ser finitos temporais – que circunscrevem a oração temporariamente: passado, presente, futuro –, ou finitos modais – que determinam, em maior ou menor, proporção, certeza, probabilidade, obrigação etc. –, em relação ao que é dito.

Ressaltamos que Halliday (2004) apresenta, além do sistema de modo (que compõe uma das variáveis de registro que ressoam na metafunção textual, três sistemas de modo interpessoais distintos: *MODO oracional* (grafado com letras maiúsculas) – principal sistema da oração, que materializa o sentido no sistema léxico-gramatical, relacionando-se ao Sujeito Gramatical e ao elemento Finito (correspondente ao grupo verbal da oração indicando tempos e modos verbais), além do resíduo; *modo* (grafado com letras minúsculas) – análogo ao modo verbal da gramática tradicional (indicativo, imperativo e subjuntivo), a partir das funções

sumário

discursivas; e Subsistema de *Modo* (grafado com inicial maiúscula) – [Sujeito+finito], que exercem a função de negociadores da oração, determinando se ocorre uma troca de informações ou troca de bens e serviços, concordância ou discordância total ou parcial.

Soma-se aos estudos *hallidayanos* a proposta de Kress e Van Leeuwen (2006), que, ao adaptarem as metafunções para a análise do modo semiótico visual, propõem a GDV, para a qual elementos semióticos de um texto são analisados pelas metafunções *representacional* (análise da representação da realidade empírica por meio dos elementos da imagem e das intenções discursivas que perpassam a disposição dos elementos imagéticos); *interativa* (análise da interação entre os produtores da imagem e a quem as imagens são destinadas).

De forma análoga à metafunção ideacional, no caso das imagens, na representacional, há modos de representação do mundo: estruturas *narrativas*, não contempladas no correr das análises, e as estruturas *conceituais* (representando construtos sociais dos participantes quanto ao que são). Nas representações conceituais há a descrição da “natureza” essência de classe, estrutura e significado do participante, em termos de significação, de ser na essência, que descrevem características e identidade dele, apresentado de forma estática, representado, respectivamente, por processos classificatórios, analíticos e simbólicos, para formar conceitos.

Recortando os *processos* simbólicos, por comporem a análise, destacamos que se relacionam ao “[...] significado atribuído ou intrínseco a um participante qualquer” (BIASI-RODRIGUES; NOBRE, 2010, p. 97), ou seja, o portador, conferindo-lhe valores, em termos do que ele significa ou é, escolhidos intencionalmente para o contexto de situação. Esse portador apresenta-se em relevo (forma de representação dos participantes: tamanho maior, iluminação mais intensa, lugar mais evidente, em relação ao outro), para os quais a percepção do participante “observador” é direcionada, divididos em:

atributivo ou *sugestivo*. No processo simbólico atributivo (com o qual nos deparamos na análise), existem dois participantes:

[...] o Portador (participante representado detentor da simbologia veiculada), e os Atributos Simbólicos (simbologias que se encontram em poder daquele que as “porta” (o Portador), ou seja, o glamour, a beleza, o charme, o poder, a sedução, caso a consumidora prospectada se “entregue” à compra do produto para obter esses atributos abstratos oferecidos. Dito de outra forma: atributos simbólicos são elementos a partir dos quais se poderiam atribuir significados àquele constituinte – o produto a ser vendido (NEPOMUCENO; PAES, 2020, p. 15).

Semelhantermente à proposição verbal, numa interação visual, participantes sociais podem aceitar ou refutar uma oferta ou uma demanda, em que cada tipo de escolha solicita do observador aproximação ou distanciamento. Conforme Kress e van Leeuwen (2006), no *olhar de oferta*, há um direcionamento indireto do olhar do participante representado, pois olha para fora da imagem, e não para o participante com quem deveria interagir (por não ser mais o objeto do olhar do participante representado). Assim, o participante representado é objeto de uma observação desapaixonada, sem um contato direto, exposto em forma de figura a ser contemplada pelo observador, num oferecimento de elementos outros (os produtos faciais, no exemplo analisado).

Para além do olhar, as relações interacionais se processam pela *distância* e pelo *ponto de vista*. No tocante à *distância*, para fins de análise, recortamos a posição de maior afinidade e proximidade com a consumidora prospectada, com o propósito de quebrar barreiras, com a participante representada por *close up*. De acordo com Kress e Van Leeuwen (2006), as relações sociais são equivalentes ao grau de distanciamento estabelecido entre as pessoas. No que diz respeito ao *ponto de vista*, as relações estabelecidas entre os participantes envolvidos na construção de uma imagem podem ser representadas para indicar níveis de envolvimento conferido aos participantes, em que um ângulo

frontal traz maior envolvimento com o espectador, com empatia e igualdade, o que contribui para a aceitação do que fora proposto.

METODOLOGIA

O *corpus* selecionado para essa análise multimodal é composto por um anúncio publicitário de O Boticário, da edição impressa da revista Marie Claire (2016), marcado por múltiplas significações, com imagens e textos ancorados em projetos multissemióticos, com uma participante representada que possa traduzir a ideologia da marca, instituir conceitos e valores, incutir ideias de beleza, poder, estilo de vida, hábitos perenes, entre outros.

Metodologicamente, esta proposta, de cunho qualitativo-interpretativo, circunscreve-se na exposição de quadros teóricos (GSF e GDV), que privilegiam o estudo da materialidade plurissemiótica instanciada no anúncio, a partir dos *contextos (cultura e situação)* – em interlocução com as variáveis de registro campo, relação e modo –, e da esquematização das metafunções ideacional e interpessoal (modo semiótico verbal) e das metafunções representacional e interativa (modo semiótico visual), com ferramentas analíticas escolhidas.

Nessa direção, seguindo Halliday (2004), na metafunção *ideacional*, consideramos processos, participantes e circunstâncias. Na metafunção interpessoal, discutimos o modo como as propostas e proposições são construídas no sistema de MODO oracional, incluindo o subsistema de Modo (sujeito+ finito) e o modo verbal Indicativo e Imperativo.

No tocante à GDV, selecionamos a *metafunção representacional*, em que a imagem é percebida como representação da realidade, e a *interacional*, destacando a participante por meio de conceitos, posturas faciais, selecionadas por produtores do anúncio.

ANÁLISE

Figura 1- Anúncio Publicitário de O Boticário.



Fonte: Revista Marie Claire, Julho de 2016.

Partindo do *sistema extralinguístico (contexto de cultura)*, a emergência de conceitos e estilos de vida, partilhados pelo senso comum, em um *contexto de situação*, se estabelece na composição dessa peça publicitária, sugerindo a ideia de que as conquistas do público feminino estão atreladas ao culto à beleza, na ideia implícita culturalmente de *status* pela beleza e poder. Tal fato caracteriza o “apelo” dos publicitários em vender não apenas produtos de cuidados faciais para a pele, mas também e, principalmente, vender beleza, apresentando-a de forma afirmativo-sugestiva, trazendo à baila recursos atrativos que a intensificam.

Na primeira parte do anúncio (SUA PELE VAI FICAR MUITO MAIS LINDA. VOCÊ, NEM SE FALA. MAKE B. NOVA LINHA DE CUIDADOS

sumário

FACIAIS MAKE B. *Uma maquiagem perfeita começa com uma pele perfeita*, retomando a *Metafunção Ideacional*, verifica-se o *processo relacional* na oração 1 (*Sua pele vai ficar muito mais linda*), na qual o *participante Portador* (Sua pele) recebe o *Atributo* (muito mais linda), por meio da ação do produto, que detém a característica de deixar a pele linda.

No que se refere à consumidora prospectada da imagem, na oração 2 (VOCÊ. *NEM SE FALA*), destaca-se que o enunciado *nem se fala* faz referência a não existência de argumentos suficientes para expressar a beleza que VOCÊ (mulher) pode atingir com *Make B*. Essa expressão denota a intensidade das potencialidades do produto, sugerindo que o uso traz inúmeros benefícios para a participante interativa, o que coaduna com o conteúdo expresso no *campo ideacional*, cujo participante *Portador* (Você) se relaciona ao *Atributo* implícito (*linda*).

A terceira oração NOVA LINHA DE CUIDADOS FACIAIS MAKE B. *Uma maquiagem perfeita começa com uma pele perfeita* foi introduzida por um modo retórico específico, materializado por uma nominalização afirmativa, seguida por *uma maquiagem perfeita começa com uma pele perfeita*, em que há um *processo material* (*começa*), com o *participante Ator* (Uma maquiagem perfeita) e o *Meta* (com uma pele perfeita). Subentende-se que a condição para que a maquiagem seja perfeita é o uso anterior dos produtos de cuidados faciais *Make B*. Soma-se a isso o argumento denotador de intensidade anterior (*nem se fala*), à retórica argumentativa do *signmaker* (produtor do anúncio), ao ressaltar o uso de tecnologia avançada na composição do produto. Valendo-se de um argumento de autoridade (tecnologia *skinadapt*), alude a um contexto situacional de valoração de tecnologias internacionais, capazes de proporcionar, em várias camadas, uma hidratação superior a todos os tipos de pele.

No que concerne à *Metafunção interpessoal*, esse anúncio busca contemplar a interação entre os participantes do ato comunicativo por meio de expressões que carregam significados semânti-

sumário

cos, expressando uma espécie de “negociação” de conteúdos entre eles. Retomando a variável *relação*, na qual se constroem as relações interacionais pela validade do que foi apresentado nessa negociação, por meio do *Sistema de Modo*, semioticamente construído por *Sujeito=Sua Pele+Finito=Vai Ficar* (futuro próximo). Já o restante da oração (*muito mais linda*) é o *Resíduo* (complemento=*linda*; e adjuntos (*muito, mais*)). Nesse caso, o *modo verbal* é o declarativo afirmativo (indicativo), e o MODO oracional estabelece uma troca de informação (proposição), diante da qual a consumidora prospectada pode aceitar ou rejeitar o que lhe foi apresentado.

Dando continuidade à oração 1, temos *VOCÊ. NEM SE FALA*, em que *Você*, afirmativo e pausado, singulariza a beleza única dela, a consumidora prospectada. Na observância do *modo* declarativo afirmativo (indicativo), há uma *proposição*, com uma troca de informação da mensagem: uma pele perfeita surgirá COM o uso de *Make B*. Já no *sistema de Modo (sujeito+finito)*, no qual há uma negociação da validade dessa afirmativa arrolada entre os falantes, com a possibilidade de aceitação ou rejeição, há o *Sujeito=Você +Finito=tempo presente: fala*). Já o Resíduo é representado pelo adjunto intensificador do sujeito *nem*.

Nessa medida, esse sistema de *Modo* busca traduzir os efeitos do tempo presente contínuo como uma forma de atemporalidade da juventude, causada pelas qualidades dos produtos, o que sugere eficácia permanente e continuada deles, sem ideia de finitude do tempo. Tal construção desse sistema possibilita a criação de um vínculo entre anúncio e consumidora, com o sujeito não realizado de forma genérica, mas, sim, direcionado para cada consumidora como um ser único e especial.

Na oração 3 – *Uma maquiagem perfeita começa com uma pele perfeita* –, quanto à construção do MODO oracional, há *Sujeito=Uma maquiagem perfeita + Finito=começa* (tempo presente) e Resíduo

sumário

com uma pele perfeita. Assim como nas orações 1 e 2, na 3, o modo verbal acionado é declarativo-afirmativo (indicativo), numa troca de informação (*proposição*), que poderá ser aceita ou não (total ou parcialmente) pela consumidora prospectada. Diferentemente dessas três orações sobreditas, a última oração, *Acredite na beleza*, expressa uma *proposta* no modo *imperativo*, em que a consumidora prospectada pode aceitar ou não o que está exposto.

Na esteira de Kress e Van Leeuwen (2006), observamos, na *metafunção representacional*, o processo *conceitual simbólico atributivo*, explorando o que a participante representada significa ou é na imagem: uma mulher linda, com pele perfeita e iluminada, com destaque no tamanho, na iluminação, na cor e no brilho dados à imagem, cujo foco do olhar é direcionado à linha de produtos *Make B*, a que se atribui o poder de embelezamento, já que o grupo verbal *vai ficar* é uma afirmação que não se coloca dúvida quanto ao resultado. Nessa metafunção, observamos dois participantes, tanto na primeira oração quanto na segunda: um *participante representado* (o portador: NOVA LINHA DE CUIDADOS FACIAIS MAKE B), por seu significado e sua identidade, em relação ao outro, que representa esse significado ou identidade (o atributo Simbólico: *pele perfeita*).

Nessa simbologia, as intersemioses entre o modo semiótico verbal e o visual amplia-se por meio do jogo multimodal que o produtor realiza com os artefatos sígnicos, criando multisemioses (o olhar direcionado aos produtos e o toque de apreciação da participante representada, em sua pele acetinada e impecável). O convite, para ser linda, é mais do que o uso temporário de um produto para melhorar a pele, o que atribui o uso de *Make B* um valor tão desejado pelas mulheres.

Tal destaque dado à participante representada associa a qualidade de ser linda à nova linha de cuidados faciais *Make B*. Desse modo, vender beleza é muito mais que vender produto, sendo, pois, um mecanismo estratégico para fidelizar a consumidora prospectada,

sumário

com vistas a fazer com que ela utilize com muita frequência os produtos anunciados. Se se pensar nisso, sem dúvida, usar um produto é temporário, mas ser linda não só é atemporal, como também requer cuidados diários. Ser linda faz parte dos conceitos importantes em um contexto social em que a beleza é desejada visando a obtenção de maior valorização e aceitação social.

Em relação à metafunção interativa, o *olhar* da participante representada é *de oferta*, pois ela não olha diretamente para o participante interativo, mas, sim, para fora da imagem, o que desperta na participante interativa o desejo de se sentir como ela (a participante projetada na imagem), com pele bonita, olhar determinado e misterioso, atraindo os mais diversos tipos de atenção, cujo objetivo é ser contemplada por quem a observa.

Quanto à *distância*, a imagem está muito próxima da participante interativa, criando sensação de afinidade e intimidade, com a projeção em *close up* da participante representada, propiciando à participante interativa maior proximidade e participação na paisagem semiótica, inculcando nela o desejo de ter essa pele espetacular, concretizada pela aquisição dos produtos e, por conseguinte, realizada por ter conquistado o *status* de beleza, condição para o sucesso em um contexto cultural de exposição nas mídias digitais.

No que se refere ao *ponto de vista*, a participante representada aparece em *ângulo frontal*, evidenciando o rosto em que se realiza a aplicação do produto, o que contribui para um maior grau de afinidade entre a imagem representada e a participante interativa, com pele bonita e saudável, despertando o desejo do público feminino de conquistar a beleza a que está sendo exposto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, analisamos construções semióticas da linguagem verbal, a partir do sistema extralinguístico (contexto de cultura/situação) e das metafunções *ideacional* e *interpessoal*, bem como de semioses construídas pelas metafunções *representacional* e *interativa* do modo semiótico visual de uma peça publicitária de O Boticário, na observância de que o contexto de *cultura/situação* é um ambiente propício para manter a hegemonia de uma marca, pela razão precípua de que a beleza é marcada pela construção de significados em múltiplas mídias, por múltiplos artefatos multissemióticos, constituindo uma rede sistêmica interligada globalmente que convenciona a beleza como um ativo desejável e poderoso.

Como um signo totalmente motivado pelo produtor publicitário (*signmaker*), o discurso do Boticário *Acredite na beleza* alimenta continuamente essa busca como algo que impulsiona sonhos e desejos alimentados pelo poder da beleza. O Boticário não instiga o público-alvo ao consumismo pela persuasão comum que é peculiar à publicidade, mas sim pela sedução do que a crença na beleza é capaz de realizar, transformar, fascinar. À vista disso, impulsiona-se o consumo pelos sonhos despertados pelas neuroassociações (complexos sígnicos) com os produtos, por meio de ideias expostas no *campo*/metafunção ideacional/representacional e na *relação*/metafunção interpessoal/interacional, em que a participante representada molda um estilo e uma identidade, construídos na inter-relação de recursos sígnicos verbo-visuais, num conjunto multimodal que amplia os significados da beleza para além do uso de produtos.

Na construção dos signos verbais, processos, participantes e circunstâncias formam esquemas ou figuras mentais que despertam ações

sumário

e emoções que refletem a intencionalidade publicitária. Na metafunção *ideacional*, destaca-se o *processo relacional* (vai ficar), que afirma uma mudança de estado na pele da participante que interage com o anúncio, bem como interfere na autoestima dela, pelo processo do dizer (nem se fala) na promessa de ficar linda. Além do relacional, o *processo material* (começa) se faz presente, dada a necessidade de levar a espectadora a concretizar a ideia apresentada em seu mundo material.

Em termos da metafunção *interpessoal*, a partir dos componentes oracionais dos sistemas de modo, analisamos as relações estabelecidas entre eles, destacando as proposições e propostas que se materializam no nível léxico-gramatical e correspondem às funções discursivas: oferecer, comandar, declarar ou questionar, percebendo a predominância das orações declarativas, cuja função discursiva é fornecer informações, por meio de proposições positivas, por possuírem um caráter maior de aceitação. Já o modo imperativo aparece principalmente no *slogan* do anúncio (*Acredite na beleza*), cuja função discursiva é de comando, por meio do uso de processos mentais, incutindo na consumidora prospectada os desejos de acordar para o poder, o *glamour*, a sofisticação inerente aos produtos, naturalizando, assim, o conceito de beleza. Cumpre ressaltar, ainda, o quão predomina o tempo presente, colocando os produtos sempre atuais, estando, dentro e fora de uma temporalidade definida, o que subjaz a ideia de nunca possuir vencimento no tempo, sugerindo certeza quanto à eficácia do produto oferecido, com mais probabilidade de aceitação.

Compondo o *modo semiótico visual*, o anúncio apresenta recursos materiais e culturais que o produtor escolheu para comunicar seus propósitos de mercado. Além dos recursos advindos do modo verbal (metafunção ideacional), adicionam-se significações análogas e complementares da *metafunção representacional* à formação de conceitos e simbologias importantes para a marca. A presença do *processo representacional conceitual simbólico atributivo* marca a

sumário

participante representada como atributo da beleza que é proporcionada pela sua única portadora (a linha de cuidados faciais *Make B*).

No que diz respeito à metafunção *interativa*, verificamos que o produtor publicitário priorizou o *olhar de oferta*, cuja configuração intenta mostrar a participante representada por atributos concedidos pelo uso dos produtos, num convite à consumidora prospectada a realizar o que foi encenado. Com relação à *distância*, o anúncio enquadra-se pela proximidade (*close up*), colocando a consumidora prospectada num processo de intimidade com a participante representada, sugerindo afinidades entre ambas, facilitando o poder de convencimento. A análise do *ponto de vista* demonstrou a escolha do *ângulo frontal*, possibilitando uma ideia de igualdade entre as participantes no anúncio.

À luz do exposto, a análise semiótica da peça publicitária possibilita-nos perceber o papel desempenhado por cada modo semiótico na composição do anúncio, bem como a possibilidade de analisá-los de forma complementar na composição do todo, a partir das bases contextuais (contexto situação/cultura). Nesse sentido, um dos principais desafios de uma análise multimodal consiste em modelar os processos semióticos sociais e interpretar o complexo espaço semântico que se articula nos conjuntos/fenômenos multimodais. Em outras palavras, a interpretação das intersemioses entre os modos e a ressemiotização ou recontextualização da prática social inserida no gênero em análise.

REFERÊNCIAS

- ANTONIO, J. D. Algumas contribuições da teoria da estrutura retórica do texto para o ensino de leitura e compreensão de textos na escola. *Signum: Estudos da Linguagem*, v. 13, n. 2, p. 81-100, 2010.
- BIASI-RODRIGUES, B.; NOBRE, K. C. Sobre a função das representações conceituais simbólicas na gramática do design visual: encaixamento ou subjacência. *Linguagem em (dis) curso (Impr.)*, p. 91-109, 2010.
- HALLIDAY, M. A. K. Language as social semiotic: the social interpretation of language and meaning. London: Edward Arnold. *The interpreter on the (Talk) Show*, 1978.
- HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to function grammar*. 2004. London: Edward Arnold. 808 p.
- HODGE, B.; Kress, G. R. *Social semiotics*. Cornell University Press, 1988.
- JEWITT, C. Multimodal methods for researching digital technologies. In: Price, S.; Jewitt, C. and Barry B. (eds.) *The SAGE handbook of digital technology research*. 2013. p. 250-265. SAGE: Los Angeles.
- KRESS, G. R. *Literacy in the new media age*. New York, New York: Psychology Press. 2003. 201 p.
- KRESS, G. R.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. 2006. London: Routledge. 291 p.
- KRESS, G. R.; VAN LEEUWEN, T. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. 2001. London: Arnold. 142 p.
- KRESS, G. R. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London, United Kingdom: Routledge. 2010. 212 p.
- Nepomuceno, A. R., & Paes, V. L. V. de. (2020). Incursões multissemióticas em peças publicitárias no meio digital. *Signótica*, 32. <https://doi.org/10.5216/sig.v32.60332>.
- SAUSSURE, F. *Curso de linguística geral*. 2006. Tradução de Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix. 312 p.

SOBRE OS AUTORES E AS AUTORAS

Alice Mitika Koshiyama

Possui graduação em Bacharelado e Licenciatura em História pela Universidade de São Paulo (1972), graduação em Bacharelado em Comunicação Social -- Jornalismo pela Universidade de São Paulo (1971), Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1978) e Doutorado em Literatura Brasileira pela Universidade de São Paulo (1987). Atualmente é colaborador da Universidade de São Paulo, como “Professora Doutora Sênior”. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo e Editoração, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação e cidadania, comunicação e história, história do jornalismo, jornalismo brasileiro e estudos feministas. Trabalha no Curso de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, na área Estudos dos Meios e da Produção Mediática, na linha de pesquisa Informação e Mediações nas Práticas Sociais. Na graduação em Jornalismo leciona Fundamentos Teóricos da História, História do Jornalismo I (Geral) e História do Jornalismo II (Brasil). Coordena o Grupo de Pesquisa “Jornalismo e a Construção da Cidadania”.

Ana Carolina de Araújo Abiahy

Mestre em Letras pela Universidade Federal da Paraíba (2006), na área de concentração de Literatura e Cultura. Formada em Comunicação Social - Jornalismo pela UFPB, onde foi professora da área de Fundamentação Teórica. Atualmente, é jornalista do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) onde desenvolve pesquisas na área de comunicação pública, na interface gestão-comunicação e mídias sociais e atuou como orientadora na Pós-Graduação em Gestão Pública. Trabalhou na imprensa paraibana por cerca de cinco anos, em diversas editorias em jornal e revista. Foi professora e supervisora do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) no IFPB. E-mail: carolabiahy@gmail.com.

Arlete Ribeiro Nepomuceno

Possui graduação em Letras Português/Francês e especialização (*Lato Sensu*) em Linguística pela Universidade Estadual da Montes Claros, mestrado em Língua Portuguesa (2005) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP -, e doutorado em Estudos Linguísticos (2013) pela Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Professora adjunta efetiva na Universidade



sumário

Estadual de Montes - Unimontes - e coordenadora do Curso de Letras Português/UAB Unimontes. Atualmente, integra o corpo docente do Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS). Tem experiência no ensino e na pesquisa na área de Letras, atuando principalmente nos seguintes temas: Parataxe, Hipotaxe, Encaixamento; Gramática Sistemico-Funcional e do Design Visual, Multimodalidade e Análise Crítica do Discurso. E-mail: arletenepo@gmail.com.

Gicélia Veloso Moreira

Graduada em LETRAS PORTUGUÊS (áreas LINGÜÍSTICA E LITERATURA) pela Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES). Pesquisa teorias da língua em uso: Linguística Sistemico-Funcional (Gramática Sistemico-Funcional), Gramática do Design Visual, Teoria Multimodal, Semiótica Social e Análise do Discurso Crítica. E-mail: gvelosomoreira@gmail.com.

Gilda Sabas de Souza

Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2013), mestre em Literatura e Crítica Literária também pela PUC-SP (2006), graduada em Pedagogia pela Universidade Nove de Julho (2014), em Letras pela Faculdade de São Bernardo do Campo (2000) e em Educação Artística pela Faculdade Marcelo Tupinambá (1991). Atua como Professora Universitária e como Professora Coordenadora na Rede Estadual de Ensino do Estado de São Paulo. E-mail: professora.gildasabas@gmail.com.

Landressa Rita Schiefelbein

Graduada em Filosofia - Licenciatura pela Universidade Federal de Pelotas, formada no curso de Teoria e Prática do Design Instrucional pela empresa Livre Docência Tecnologia Educacional. Tem experiência com educação básica, a distância, acessibilidade e design instrucional. E-mail: landressadesigneducacional@gmail.com.

Ligia Andrade Machado

Graduanda em Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). E-mail: ligia.andrade@usp.br.

Patricia Biegging

Doutora em Ciências da Comunicação (ECA-USP), Mestre em Educação, na linha Educação e Comunicação (UFSC), especialista em Propaganda e Marketing e graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda. É parecerista do Programa FUMDES - Fundo de Apoio à Manutenção e ao Desenvolvimento da Educação Superior - da Secretaria de

Estado da Educação de Santa Catarina em projetos de mestrado e doutorado; da Secretaria Nacional do Audiovisual; da Fundação Nacional de Artes; do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional; da Secretaria Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura; e da Secretaria de Estado de Cultura de Mato Grosso. É avaliadora Ad Hoc de Periódicos Nacionais e Internacionais. Faz parte do Comitê Editorial Científico da Editora Pimenta Cultural. Trabalha com comunicação há mais de 27 anos. É autora de inúmeros artigos publicados em congressos e periódicos nacionais e internacionais. Também é autora e organizadora de várias obras acadêmicas. Possui experiência de trabalho e estudos no exterior. E-mail: patricia@pimentacultural.com.

Raul Inácio Busarello

Doutor (2016) e Mestre (2011) em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, na área de pesquisa Mídia e Conhecimento. Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2005). É Pós-graduado em Design Gráfico e Estratégia Corporativa pela Universidade do Vale do Itajaí (2008). Faz parte do Comitê Editorial Científico da Editora Pimenta Cultural. Tem vivência acadêmica e profissional no exterior, tendo estudado Cinema em Nova Iorque, EUA (2012). Autor do livro *Gamification: Princípios e Estratégias*, exerce a atividade de Diretor de Criação/Arte, Designer, Pesquisador e Consultor em Inovação e Novas Mídias. Premiada pelo Desenvolvimento de protótipo de objeto de aprendizagem que permite às pessoas surdas aprenderem conceitos de Representação Gráfica através de Histórias em Quadrinhos. Tem experiência na área de Comunicação com ênfase em Arte, Cinema e Design, atuando principalmente nos seguintes temas: Gamificação, novas mídias, narrativa interativa, artes visuais, audiovisual, cinema, história em quadrinhos e criação/ produção em publicidade e design. Já atuou em departamentos criativos em agência de propaganda e design, e como docente nos cursos de graduação e de pós-graduação em Publicidade e Propaganda, Design Gráfico, Design Digital, Design de Games, Design de Animação e Novas Mídias na Fundação Estácio de Sá (SC), Universidade do Vale do Itajaí (SC), Universidade Anhembi Morumbi (SP), Faculdade das Américas (SP) e Faculdade Belas Artes (SP). Foi integrante do Grupo de Pesquisa Núcleo de Acessibilidade Digital e Tecnologias Assistivas da UFSC. Atualmente é Diretor de Criação da empresa Pimenta Comunicação e Projetos Culturais. Também é Parecerista da Secretaria Especial da Cultura desde 2020. E-mail: raul@pimentacultural.com.

Vera Lúcia Viana de Paes

Possui Mestrado em Letras Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais. É professora de Língua Portuguesa na rede estadual (Ensino Médio). Compõe a equipe técnica em projeto de pesquisa “ Construção da Identidade Feminina no Discurso Midiático da Informação: estratégias de (in) visibilidade” na Universidade Estadual de Montes Claros. Pesquisa teorias linguísticas da língua em uso: Linguística Sistêmico-Funcional (Gramática Sistêmico-Funcional), Gramática do Design Visual, Teoria Multimodal, Semiótica Social e Análise de Discurso Crítica. E-mail: verapaes2@gmail.com.

sumário

ÍNDICE REMISSIVO

A

análise multimodal 12, 100, 108
anúncio 12, 93, 94, 100, 101, 102, 103,
107, 108
artefatos 92, 104, 106

B

beleza 12, 49, 59, 99, 100, 101, 102, 103,
104, 105, 106, 107, 108

C

Censura 22, 34
cibercultura 11, 75, 76, 89
ciberespaço 75, 76, 79, 81, 87, 88
comunicação 11, 12, 16, 42, 43, 56, 57,
58, 59, 60, 62, 68, 70, 75, 77, 82, 83, 84,
86, 92, 94, 110, 112
comunidade 70, 79, 81
contemporaneidade 33, 40, 80
conteúdo 47, 92, 95, 102
cultura 56, 58, 59, 60, 61, 62, 68, 70, 71,
73, 77, 78, 89, 90, 94, 95, 100, 101, 106,
108

D

Design 93, 111, 112, 113
discurso 40, 42, 59, 60, 62, 65, 66, 67, 68,
70, 73, 77, 80, 83, 84, 85, 89, 97, 106

H

habitus 86
história 11, 13, 14, 17, 19, 20, 23, 28, 56,
57, 59, 63, 64, 65, 67, 73, 79, 110, 112

I

identidades 11, 56, 59, 60, 74, 75, 78, 92
ideologias 27, 56, 59, 60, 80, 82, 92, 93

imaginário 43, 56, 57, 60, 70, 71, 72, 80
imprensa 14, 15, 16, 23, 24, 25, 26, 30, 31,
32, 33, 34, 110
interpessoal 75, 86, 93, 95, 96, 100, 103,
106, 107

J

jornal 19, 23, 28, 29, 31, 37, 47, 76, 78,
84, 86, 110
jornalismo 11, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22,
23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34,
88, 110
juventude 12, 18, 103

L

Lirismo Moderno 35

M

mensagem 60, 61, 62, 78, 92, 103
mídias 57, 78, 83, 84, 86, 90, 92, 105, 106,
110, 112
Multimodalidade 111
mundo real 45, 49, 70, 71, 75
mundo virtual 57, 74

N

narcisismo 76, 87, 89
novas tecnologias 81, 86, 88

P

Poesia 35, 40, 51, 53
processos simbólicos 93, 98
produtos 12, 56, 58, 62, 63, 70, 76, 77, 80,
85, 88, 92, 99, 101, 102, 103, 104, 105,
106, 107, 108
profissional 17, 18, 28, 112
publicitário 18, 92, 93, 100, 106, 108

sumário

R

realidade 11, 28, 29, 33, 41, 43, 48, 52, 55,
57, 61, 62, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 73,
76, 98, 100
rede 75, 76, 77, 78, 79, 82, 83, 84, 93,
106, 113
revista 60, 100, 110

S

semiótica 95, 105, 108
signos 66, 86, 92, 107

V

virtual 57, 74, 75, 77, 78, 89

sumário

www.pimentacultura.com

reflexões em comunicação e literatura