

LOGOS

COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj
PPGCOM



“Composição Totêmica”, da Artista Plástica Denise Torbes

39

Ética e Autoria

LOGOS

Vol.20. Nº02. 2013

39

Ética e Autoria

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 **Logos: Comunicação & Universidade - Vol. 1, N° 1 (1990)**
- . - Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social,
1990 -

Semestral

E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933

**1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
-Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos.
4. Sociologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio
de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.**

CDU 007

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Paulo Roberto Volpato Dias

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

Fernando do Nascimento Gonçalves

VICE-DIRETOR

Erick Felinto de Oliveira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Fabio Mario Iorio

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ricardo Benevides

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

João Luís de Araújo Maia

LOGOS - EDIÇÃO Nº 39 - VOL 20, Nº02, 2013

Logos: Comunicação & Universidade (E-ISSN 1982-2391 | ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

EDITOR CONVIDADO

Márcio Gonçalves

EDITORA-CHEFE

Leticia Cantarela Matheus

EDITORAS ASSISTENTES

Alessandra Maia e Rosane Feijão

CONSELHOS EDITORIAL E CIENTÍFICO

Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (CNRS-França), Ismar de Oliveira Soares (USP), Luis Custódio da Silva (UFPB), Márcio Souza Gonçalves (UERJ), Michel Maffesoli (Paris-Descartes/Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Université de Montpellier), Patrick Wattier (Université de Strassbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ), Alessandra Aldé (UERJ) e Denise da Costa Oliveira Siqueira (UERJ).

ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação
Revista Logos
A/C Profa. Dra. Leticia Cantarela Matheus (LCI)
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013
Tel.fax: (21) 2334-0757. E-mail: logos@uerj.br

PROJETO GRÁFICO

Marcos Maurity e Samara Maia Mattos

DIAGRAMAÇÃO E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Willian Gomes (www.vimogo.com.br)

CAPA

Filipe Feijó (PPGCOM)

REVISÃO

Camila Augusta, Rosane Feijão, Karla Ribeiro e Alessandra Maia e Letícia Perani



Sumário

- 3** Apresentação
Márcio Gonçalves e Leticia Matheus
- 6** Dossiê - Ética e Autoria
Direitos autorais e cultura da cópia na Era Digital
Arthur Coelho Bezerra (IBICT)
- 19** *Entre reapropriações e cocriações: o desafio da ética em tempos digitais*
Ana Paula Rosa (UTFPR)
- 32** *Autoria e propriedade – inflexões e perspectivas de uma relação em crise*
Beatriz Cintra Martins (IBICT-UFRJ)
- 44** *Dois documentários e uma tese: rupturas no campo da produção e do consumo cultural*
Daniela Zanetti (UFES)
- 57** *O caso @Pontifex e a reconstrução do religioso em dispositivos conexiais*
Moisés Sbardelotto (Unisinos)
- 73** *Book Trailers: ficção, autorismo e narrativa transmídia na indústria do audiovisual*
Luíza Lusvarghi (Universidade Nove de Julho - SP)
- 89** *A massificação do livro em brochura no século XX e a conquista do mercado universitário nos Estados Unidos e Inglaterra*
Willian Eduardo Righini de Souza (ECA-USP) e FGiulia Crippa (USP)
- 100** *Reflexões sobre o fazer cinematográfico: a ética como bússola para uma nova cartografia do cinema mundial*
Ana Paula Martins Gouveia (ESAP-USP)
- 111** *Aspectos éticos, poéticos e comunicacionais do pensamento político de Jacques Rancière*
Angela Cristina Salgueiro Marques (UFMG)
- 122** *O espectador-internauta: desafios em tempos de transição*
Gisela G. S. Castro (ESPM-SP)

Apresentação

As tecnologias digitais, na sequência das anteriores tecnologias eletrônicas, elas mesmas filhas indiretas da revolução industrial e da invenção gutenberguiana, afetam diversas categorias que anteriormente organizavam não apenas o campo da comunicação mas o conjunto da sociedade. Desse modo, por exemplo, as duas categorias que dão nome à presente edição se encontram hoje bastante desestabilizadas.

É preciso que se diga, mesmo caindo no risco de repetir o evidente, em primeiro lugar, que não se tratam de categorias naturais, invariantes históricas que teriam surgido junto com a humanidade e que atravessariam os tempos sempre idênticas a si mesmas, guardando os mesmos sentidos. Não há uma ética imemorial, assim como não há uma noção de autoria que nos acompanha desde os relatos orais até as escritas em mídias digitais. A ética varia; a autoria também. Mais do que isso. Dado que, em algum momento, começaram a existir, elas podem não apenas ganhar novos sentidos, mas igualmente estão sujeitas a perder todo o sentido. Essas são, portanto, categorias que merecem ser pensadas na história, sujeitas que estão às particularidades do tempo.

Em segundo lugar, é preciso que se evite, nessa consideração contemporânea da ética e da autoria, a tentação da idealização do passado. Tal idealização toma a forma da suposição de que em um passado, tanto faz se próximo ou distante, tanto a ética quanto a autoria seriam categorias estáveis e bem estabelecidas, bem fundamentadas e seguras, que os tormentos de nosso próprio tempo (que se chame de pós-modernidade, modernidade tardia, líquida, atualidade, contemporaneidade etc) fariam tremer.

A ética sempre foi muito mais um problema do que uma solução estável. De Homero e Platão a Kant, passando pelo cristianismo e todo o pensamento medieval, de Kant a Nietzsche e Lacan, e de Lacan até hoje - esses nomes não têm a menor intenção de esgotar a lista dos atores relevantes -, a ética sempre foi algo que se tentava fundamentar, necessariamente de modo parcial e temporário, seja no bem, na justiça, no imperativo categórico, na religião, no desejo. Tentativa de fundamentação que durava até o surgimento de outro movimento de pensamento importante que recolocava o problema (não o mesmo, já que em outros termos) em ação e obrigava a novas buscas de solução.

Além disso, é preciso que se considere que o mundo concreto, a realidade cotidiana, tem seus próprios modos de regulação e ordenação, que na maioria das vezes passa longe dos conceitos propostos por teóricos preocupados com a ética.

Algo semelhante ocorre com a noção de autoria. Autores, individuais ou coletivos, claro, sempre existiram. Autoria não é sinônimo de autor, mas antes certo modo de compreender o que um autor faz. Trata-se de uma forma de situar a criação no campo da cultura.

Assim, por exemplo, do ponto de vista de uma cultura oral anterior à escrita, não há sentido em se sustentar que a autoria remeteria a um autor individual, espécie de gênio inspirado, com uma tonalidade ligeiramente romântica. A ação de criar seria anônima, coletiva, o mesmo se pode dizer da noção de autoria.

Não sendo possível refazer a história das práticas de criação e dos modos como compreender o que seria e faria um “autor”, chegamos mais perto de nosso tempo, com uma noção de autor de obras textuais que começa a emergir lentamente no cruzamento de diversas linhas de eventos históricos: interesses comerciais e econômicos de editores, necessidade de atribuição de responsabilidade e possível punição por textos, desejo de controle político e ideológico das condições de operação dos discursos que são postos em circulação na sociedade, articulações dos próprios escritores, demandas epistemológicas ligadas a um processo de individualização do conhecimento, para citar apenas alguns.

Surgiu assim, lentamente, nos séculos que se seguiram à invenção da prensa tipográfica, uma nova forma de capitalização por meio da noção de propriedade autoral. Embora nos primeiros tempos os donos das obras fossem os impressores, gradativamente os autores foram adquirindo prestígio e autoridade para reivindicar a propriedade intelectual e parte dos lucros, agindo dentro de um novo circuito mercadológico. Essa noção de autoria é correlata de toda uma legislação e prática de direitos de autor, que precisamente são bastante perturbadas pelas possibilidades abertas pelas tecnologias digitais e, por outro lado, por toda a discussão teórica da morte do autor. Curiosamente, a era da cultura digital faz retornar à lógica pré-imprensa de uma autoria coletiva, na qual “quem conta um conto aumenta um ponto” e tal como os copistas alteravam, mesmo involuntariamente, os textos que copiavam.

A revista Logos apresenta o dossiê “Ética e autoria” com o intuito de discutir questões nascidas no contexto específico da cultura digital, em função da qual a autoria, a propriedade intelectual, a garantia do acesso a bancos de dados, a ética, são obrigatoriamente questões a serem pensadas. Os trabalhos aqui selecionados procuram colaborar,

cada um a seu modo, para o entendimento de nosso tempo e das negociações de valor em torno de práticas contemporâneas de criação que acabam por gerar novas éticas ao mesmo tempo em que rearticulam antigos acordos tácitos e até legais.

Letícia Matheus - UERJ

Editora-chefe da Logos

Márcio Gonçalves - UERJ

Editor Convidado da Logos 39.

Dossiê

Ética e Autoria

Direitos autorais e cultura da cópia na Era Digital

Copyright and the culture of copy in the Digital Era

Arthur Coelho Bezerra | Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT)
Pesquisador adjunto do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI - IBICT/UFRJ), pesquisador do Núcleo de Estudos da Cidadania, Conflito e Violência Urbana (NECVU - UFRJ). Doutor em sociologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com pós doutorado pela mesma instituição.

Resumo

Partindo das formas de produção, distribuição e consumo de bens culturais e recursos informacionais, propõe-se uma discussão analítica em torno da consolidação dos direitos autorais e de suas singularidades no Brasil, levando em consideração a declarada – embora nem sempre cumprida – função social de tais direitos. O objetivo é questionar as perspectivas do trânsito de bens culturais na atual era digital, em que predomina uma cultura da cópia incompatível com os direitos autorais vigentes.

Palavras-Chave: Cultura digital; cultura da cópia; direitos autorais.

Abstract

Starting from the forms of production, distribution and consumption of both cultural goods and information resources, we want to discuss the consolidation of intellectual property rights and the singularities of the Brazilian law, under its declared – though not always fulfilled – social function. The goal is to debate the perspectives of circulation of cultural goods at the present digital era, in which prevails a culture of copy that doesn't respect copyright.

Keywords: *Digital culture; culture of copy; copyright.*

Introdução

No século passado, a televisão figurou como o principal veículo de comunicação dedicado a absorver diferentes linguagens para constituir formas múltiplas de disseminação de conteúdos. Hoje, tal caráter *bricoleur* surge ainda mais evidente na rede mundial de computadores, que tem como grande atrativo a integração complementar de textos, imagens e sons digitalizados. No mesmo sistema, leitores – como os encontrados na galáxia de Gutenberg – e espectadores – como os que habitaram a galáxia de McLuhan – fundem-se na figura antropofágica do internauta, um agente multimídia que lê, ouve, assiste, critica, distribui, cria e combina materiais diversos, transitando entre cultura, informação e entretenimento.

A interconexão entre os usuários da rede de computadores permite que novas formas de comunicação e interação social se consolidem, através de arranjos como o presente nas comunidades virtuais, formadas por usuários da rede e construídas sobre as afinidades de interesses, conhecimentos e projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca que independe de proximidades geográficas ou filiações institucionais. Como a internet é estruturada de forma a alimentar-se de qualquer tipo de conteúdo que os usuários queiram nela disponibilizar, surge uma tendência de busca por afinidades eletivas entre os agentes, o que cria novas possibilidades de orientação de interesses em um meio de comunicação que viabiliza o protagonismo (leia-se a escolha, ainda que relativa) do usuário em relação aos bens culturais que serão acessados, copiados e distribuídos. Com a emergência de um novo modelo de comunicação segmentado pelos mais diversos interesses, caminharíamos de uma “cultura de hits” para uma “cultura de nichos” (ANDERSON, 2006).

O potencial de protagonismo dos internautas não se restringe ao consumo: outros elos da cadeia produtiva dos bens culturais, como a distribuição e a própria produção desses bens, podem ser movimentados por qualquer pessoa que possua um computador com certos recursos básicos. Se a produção e circulação de mercadorias culturais nos meios de comunicação de massa se encontravam, durante o século passado, sob o poder de uma minoria economicamente privilegiada, na contemporaneidade é possível ver emergir uma nova e expressiva forma de comunicação, que não segue o mesmo padrão de configuração do século XX. Na comunicação mediada por computadores (CMC, segundo a sigla usada por Castells, 2010), o acesso, a distribuição e a produção de conteúdo encontram-se ao alcance de todos os usuários da rede, a princípio isentos de qualquer autorização ou concessão governamental (tal como exigido de emissoras de TV, TV a cabo e rádio) para operarem o próprio canal de comunicação digital – seja ele um blog, uma conta no Twitter, um canal no YouTube, uma página no Myspace ou um perfil no Facebook.

Os novos modelos baseados em padrões emergentes de informação e produção cultural compartilhada constituem um princípio básico da cibercultura apontado por Pierre Lévy (1999), a saber, a criação de uma *inteligência coletiva*, distribuída por toda parte e coordenada em tempo real, que resulta da mobilização das competências dos usuários da internet e que ganha com

a soma dos conhecimentos. A inteligência coletiva pode ser percebida em projetos de criação abertos à participação dos usuários, como a Wikipédia e as comunidades de programadores de *software* livre. Esses e muitos outros exemplos representam aquilo que Clay Shirky define como a “cultura da participação”, constituída por um “excedente cognitivo” recém gerado a partir de ilhas de tempo e talento anteriormente desconectadas. Tal excedente agora se projeta graças à invenção e a disseminação de uma forma de mídia pública, que permite aos cidadãos comuns o uso de seu tempo livre (que até então era invariavelmente gasto em frente à TV) na busca de atividades das quais gostem ou com as quais se importem (SHIRKY, 2011, p. 30-31).

A cultura da participação descrita por Shirky, que pode ser entendida como expressão da inteligência coletiva aludida por Lévy, encontra-se cimentada em uma *cultura da cópia digital de conteúdos*, uma manifestação inalienável da cultura que se expressa na rede de computadores – que, afinal, foi projetada para que qualquer acesso a conteúdo gere, necessariamente, uma cópia desse conteúdo (LESSIG, 2004, p. 127). Assim é que o fluxo de bens culturais na internet compõe-se de uma tempestade de cópias que são ininterruptamente produzidas e compartilhadas pelos internautas.

O principal entrave à cultura da cópia que é gestada nas redes digitais de comunicação é a existência de um conjunto de direitos autorais, que por sua vez insere-se num conjunto de direitos de propriedade intelectual, referentes às exclusividades de autoria e de exploração comercial de bens intangíveis. O tópico seguinte discute a consolidação desses direitos.

Propriedade intelectual e direitos autorais

A criação dos direitos autorais é posterior ao surgimento da imprensa de tipos móveis e está a ela relacionado, embora seja leviano considerar a referida invenção de Gutenberg como fator determinante. O que impulsionou a efetiva criação dos direitos autorais foi a consolidação de um vigoroso comércio de livros – tanto é que a primeira lei de proteção a direitos autorais, a inglesa *Statute of Anne*, é de 1710, quase três séculos depois da imprensa móvel ter sido inventada. À medida que o comércio de livros se desenvolvia, livreiros viram-se desejosos de conquistar, junto à corte inglesa, privilégios e exclusividades para suas atividades de impressão. Com o tempo, uniram-se em torno de um pleito para positivar, no estatuto jurídico, um conjunto de normas de direitos de propriedade sobre as obras que publicavam (MIZUKAMI, 2007, p. 231). Foi assim que os comerciantes de livros, mediante rudimentar movimento de *lobby* político, abriram as sendas para que os direitos autorais fossem forjados na era moderna.

Além da criação da imprensa e da expansão do comércio do livro, o ambiente cultural deve ser destacado como um fator decisivo, com destaque para os valores de individualismo que emergem na modernidade. No mesmo diapasão, deve ser lembrada a não menos influente concepção moderna e sobretudo romântica de autoria, inspirada na filosofia alemã de Goethe, Kant e outros intelectuais que reivindicavam a aura de criadores originais, concebendo a obra artística como expressão singular da personalidade e da

individualidade do autor – e, nessa medida, passível de apropriação pelo mesmo. Reunidos, esses argumentos reforçam a afirmação de que o conceito de autoria, tal como o conhecemos, é uma invenção moderna.

A concepção jurídica dos direitos autorais foi esquadrihada de forma similar à regulamentação clássica do direito de propriedade sobre a terra e sua transformação em mercadoria, elementos basilares do modo de produção capitalista. Desde as revoluções burguesas, que encontram na defesa da propriedade privada um de seus pilares estruturais, o sujeito detentor de direitos de posse sobre o espaço físico dispõe de grandes poderes, praticamente inexistindo restrições por parte do Estado e demais integrantes da sociedade. A noção de direitos intelectuais, originalmente expressa no código civil do Brasil de 1916 como um tipo de direito de propriedade, representa os mesmos ideais burgueses do voluntarismo, contratualismo e individualismo que constroem a noção de propriedade imobiliária. Segundo Vitalis, esse direito de propriedade tutelado pelo código civil priorizou o atendimento do interesse individual do homem proprietário burguês, conclamando a “plena autonomia da vontade na realização dos negócios jurídicos passíveis de ensejarem a ulterior transferência do domínio” (VITALIS, 2006, p. 193-194).

A ideia que sustenta o princípio da propriedade de bens imateriais, em seus pontos fundamentais, é a mesma que compete aos bens tangíveis, o que torna possível ao cidadão ser dono de um automóvel, de um tênis, de um apartamento, de uma invenção ou de uma obra artística. Estas duas últimas, na qualidade de criações intelectuais, são protegidas, respectivamente, por *direitos de propriedade industrial* e por *direitos autorais*. Juntos, esses dois corpos de direitos constituem a chamada *propriedade industrial*.

A propriedade industrial refere-se a criações intelectuais voltadas para aplicações específicas ou com utilidade própria. Nesse campo estão as invenções, as marcas, o desenho industrial e outras formas de expressão (como, por exemplo, o nome de um grupo musical). Os direitos autorais, embora circunscritos no âmbito da propriedade intelectual, apresentam características distintas daquelas presentes nos direitos de propriedade industrial, a começar pelo fato de serem adquiridos no simples ato de criação, não dependendo de qualquer espécie de registro – que, se vier a ocorrer, deterá caráter meramente facultativo e assecuratório.

O objetivo básico do conjunto de direitos autorais é promover a regulamentação das relações jurídicas advindas da publicação, divulgação e exploração comercial de uma obra intelectual. Além do autor propriamente dito, os direitos autorais também se referem a pessoas ou organizações que contribuem para tornar as obras acessíveis ao público ou que acrescentem à obra seu talento criativo, conhecimento técnico ou competência em organização. Esses agentes são produtores, organismos de radiodifusão, intérpretes e muitos outros profissionais, cujos interesses são protegidos pelos chamados *direitos conexos*.

No Brasil, os direitos autorais são atualmente regulados pela lei 9.610/98, de atribuição do Ministério da Cultura (MinC), e também pela lei 9.609/98, que dispõe sobre programas de computador (*software*) e é

de atribuição do Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Nesses textos constitucionais, passagens como “qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro” e “qualquer armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido” colocam, em tese, novas formas de trânsito de bens culturais – como as práticas de *download* e o *streaming* – ao alcance dos termos da lei.

O artigo 28 da lei 9.610 dispõe que “cabe ao autor o direito exclusivo de usar, fruir e dispor da obra literária, artística e científica”, enquanto o artigo 29 delibera que “depende de autorização prévia e expressa do autor a utilização da obra, por quaisquer modalidades, tais como: a reprodução, parcial ou integral; a edição; a adaptação, o arranjo musical e quaisquer transformações; a tradução; a inclusão em fonograma ou produção audiovisual, a distribuição; (...) além de quaisquer modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas”. Tais passagens demonstram que a proteção dos direitos autorais é garantida através da *exclusividade*. Em outras palavras, entende-se que determinada obra está protegida quando a lei garante que ninguém pode utilizar tal obra sem a autorização prévia do autor.

O “uso” de um bem cultural é desdobrado em dois aspectos: um deles, de caráter intangível, é relativo à personalidade do autor, que deve ser reconhecido pela sociedade por conta de suas contribuições à comunidade científica ou ao patrimônio cultural e artístico. Estes são os chamados *direitos morais*. Os direitos morais são de pertinência estritamente pessoal e visam a dar ao autor (ou a seus herdeiros) poderes para zelar por sua qualidade de criador da obra, para promover o respeito à forma que lhe foi originalmente dada. Direitos morais são irrenunciáveis e inalienáveis, o que implica a caracterização dos mesmos como direitos de personalidade, por serem inerentes ao sujeito de direito e imunes a qualquer transação ou subtração.

Outro aspecto em relação aos direitos autorais, este particularmente caro às sociedades capitalistas, é o que se refere à exploração comercial das obras. Por essa razão, os direitos autorais, além de direitos morais, também abarcam um conjunto de *direitos patrimoniais*. Tais direitos têm, na negociabilidade, o condão de possibilitar o ingresso da obra em circulação, por vontade do autor, a fim de que possa receber os proventos gerados por seus usos. Ao contrário dos direitos morais, os direitos patrimoniais são passíveis de transmissão mediante estipulação contratual, cessão de direitos, licenciamento, concessão e outros meios, obedecidas as limitações estipuladas pela lei brasileira. Isso dá ao autor a possibilidade de delegar, a terceiros, parte ou todos os direitos de usufruto e exploração econômica sobre sua obra. É esse o papel exercido por gravadoras, estúdios e produtoras de cinema, editoras de livros, produtoras de *software* e instituições de gestão de direitos autorais, dentre outros. A observância de um conjunto de direitos ordem patrimonial sobre criações intelectuais mostra como o ordenamento jurídico protege não somente autores, produtores, intérpretes e outros profissionais, mas também aqueles agentes, quer sejam pessoa física ou jurídica, que participam da publicação, promoção e difusão das obras referidas.

O direito ao patrimônio imaterial

A predominância dos interesses daqueles que exploram comercialmente as obras sobre os interesses dos autores dessas mesmas criações é observada desde a mais antiga lei sobre legislação autoral conhecida. O citado *Statute of Anne*, criado na Inglaterra durante período da Rainha Ana, entrou em vigor em 10 de abril de 1710, sendo denominado de *Copyright Act*. O ato foi construído em torno de um instrumento corporativo dos comerciantes de livros, chamado Stationers' Company, e, embora fizesse menção aos autores, tinha como principal objetivo regular o comércio do livro e não reconhecer direitos do autor propriamente dito. Segundo Gandelman, “quem se beneficiava da proteção eram os livreiros, ou seja, aqueles que investiam e corriam os riscos econômicos da iniciativa comercial” (GANDELMAN, 2004, p. 61).

Literalmente entendido como um “direito à cópia” naquele tempo, o *copyright* não foi uma reivindicação espontânea dos próprios criadores intelectuais. Enquanto a positivação do direito do trabalho nasceu de uma reivindicação da própria classe operária (que, aglutinada nas fábricas, utilizou a greve como instrumento de pressão para conquistar melhores condições laborais), a luta pela defesa do direito autoral não tem origem em pleito dos próprios autores, pois surgiu de uma queixa de intermediários: os comerciantes de livros. Desde o início da normatização, destacou-se a presença dos editores de obras literárias, que reclamavam os direitos autorais mediante uma ótica estritamente patrimonialista (MORAES, 2006, p. 251).

A ideia de se buscar proteção contra impressores e livreiros competidores por meio da obtenção de um privilégio se incorporou às práticas habituais do comércio do livro, tendo se consolidado em vários países da Europa no século XVI (MIZUKAMI, 2007, p. 239). Naquele tempo, o Stationers' Company já possuía um documento formal (a *Royal Charter*), emitido pela coroa britânica em 1557, que garantia aos associados da companhia de livreiros o monopólio sobre as publicações na Inglaterra.

Em um período de intensas disputas religiosas, e censura prévia incorporada ao rol de políticas públicas, mostrou-se conveniente para a Coroa controlar o fluxo de ideias por meio da concessão de poderes especiais aos stationers. Controlar acesso ao instrumento, afinal, era mais eficiente do que controlar os próprios autores. Aos stationers, por outro lado, mostrou-se conveniente aceitar os poderes concedidos pela Coroa, uma vez que eles garantiam o monopólio da corporação no comércio do livro. Estabeleceu-se assim uma relação simbiótica coroa/stationers, fundada em exclusividade de acesso à tecnologia de impressão, e auxílio da Corporação na execução de normas de censura (MIZUKAMI, 2007, p. 256).

Foi também o comércio de livros, internacional desde suas origens, que motivou a criação dos primeiros tratados de direitos autorais em escala global. Naquele período ainda não existia, entre os autores, uma noção que se baseasse na amplitude dos direitos morais que protegeriam

a dignidade do homem criador. De acordo com Moraes, a consciência de classe encontrava-se restrita a uma ideia mais editorial do que propriamente autoral (MORAES, 2006, p. 342).

Em uma época em que o privilégio de impressão ainda não protegia com eficácia os autores, era comum a cessão parcial e mesmo total dos direitos patrimoniais a editoras. O autoralista luso Luiz Francisco Rebello afirma que durante quase três séculos – ou seja, desde a invenção da imprensa móvel até a chegada do século XVIII – “seria impróprio falar em direito de autor, pois a proteção dispensada às obras literárias tomava invariavelmente a forma de privilégio de que se beneficiavam os impressores e os editores e só muito excepcionalmente os autores” (REBELLO *apud* Moraes, 2006, p. 253).

A estrutura atual de recolhimento de direitos autorais confirma que a situação descrita acima pouco se alterou com o passar dos anos. Embora a observância dos direitos morais seja hoje mais socialmente pronunciada e reconhecida, a porcentagem de ganhos econômicos dos autores sobre a exploração comercial de suas obras continua a ser minguada. Da mesma forma, o que se tem verificado é não apenas a predominância dos ganhos das empresas que atuam nos mais diversos ramos das indústrias de conteúdo, como o editorial, o fonográfico, o cinematográfico e o televisivo, mas também a obliteração dos próprios processos de exploração comercial dessas obras. No Brasil, embora fonogramas sejam comercializados desde a primeira metade do século XX, somente em 2003 o governo aprovou o Decreto 4.533, que tornou obrigatória a numeração dos lotes e das tiragens de produtos como CDs e DVDs. Isso significa que, durante toda a era de hegemonia dos discos de vinil, os artistas não tinham alternativa senão confiar nas informações sobre vendas que lhes eram passadas pelos executivos de suas gravadoras.

À recusa da divulgação de números precisos de venda das obras para os próprios criadores, somam-se denúncias de sonegação do pagamento a autores por direitos autorais de músicas, retransmissão de filmes, programas de TV e outros produtos culturais. Nestes casos, as críticas costumam recair sobre o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), uma sociedade civil, de natureza privada, atualmente administrada por dez associações de titulares de direito autoral.

Assim como acontece em outros países, a gestão brasileira dos direitos autorais referentes à música é feita de forma coletiva, por entidades privadas que realizam a arrecadação e distribuição dos direitos autorais de forma unificada. As associações são responsáveis pelo controle e remessa ao ECAD das informações cadastrais de cada sócio e dos seus respectivos repertórios musicais, a fim de alimentar seu banco de dados. Cabe ao ECAD realizar a arrecadação e a distribuição de direitos autorais decorrentes da execução pública de músicas, e cabe ao músico associar-se a uma entidade de arrecadação de direitos, para que possa receber a parte que lhe é devida.

Em termos de fiscalização, não existe um modelo sistematizado para a atuação do Estado no campo autoral. Diferentemente do que acontece em quase todos os países democráticos do mundo, a atividade de gestão coletiva no Brasil não prevê qualquer supervisão pública. Graças à histórica falta de envolvimento governamental, as associações de exploração comercial de direitos autorais da música puderam manter suas atividades à margem de qualquer tipo de fiscalização, muitas vezes deixando os próprios autores alheios aos números contabilizados. O ECAD já foi o principal alvo de investigações em quatro Comissões Parlamentares de Inquérito – as CPIs de 1995, 2005, 2009 e 2012. Tentativas de criação de um órgão público destinado a fiscalizar e dar transparência à atuação do ECAD sempre esbarram nas trincheiras das entidades arrecadoras de direitos, que costumam acusar o Ministério da Cultura de “dirigismo”, “intervencionismo” e “ideologia governamental”.

A situação descrita acima elucida os motivos pelos quais as empresas e associações que arrecadam direitos patrimoniais, mais do que os detentores dos direitos morais (ou seja, os autores propriamente ditos), nutrem grandes interesses na defesa de uma proteção mais rígida dos direitos autorais, já que é daí que extraem, às vezes de forma escusa, seus ganhos. De todo modo, a proteção dos direitos autorais, que tem caráter privado, deve ser equilibrada com outro conjunto de interesses de caráter público, que compõe o núcleo duro da função social desses direitos.

Função social dos direitos autorais

Existem muitos trabalhos brasileiros, notadamente oriundos do campo jurídico, que se debruçam sobre a *função social* dos direitos de propriedade intelectual (HAMMES, 1998; MORAES, 2006; VITALIS, 2006; MIZUKAMI, 2007). O fundamento da função social inerente à proteção dos direitos autorais pode ser encontrado no artigo 215 da Constituição Federal de 1988, que, no capítulo referente à educação, cultura e desporto, estabelece: “o Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”. Tal disposição está fundamentada no entendimento de que é papel do Estado, enquanto ente dotado de personalidade jurídica, prover a estruturação da sociedade e o bem comum dos sujeitos nela inseridos, vindo daí a função social atribuída aos direitos autorais.

De acordo com Hammes, “juntamente com a aceitação do Direito de Autor, desenvolveu-se o reconhecimento de que o mesmo está sujeito igualmente a uma vinculação social. Em nome do interesse comum, o autor deve tolerar certas restrições aos seus direitos” (HAMMES, 1998, p. 76-77). De fato, desde que foram forçados, os direitos autorais estiveram submetidos a uma série de limitações e restrições. A principal restrição possui caráter temporal: direitos autorais possuem, e sempre possuíram, prazo de validade. Após a caducidade desse prazo, as obras caem no chamado *domínio público*, e a partir daí podem ser usadas, copiadas e reproduzidas sem necessidade de autorização ou de pagamento.

Conforme lembra Lessig, a constituição norteamericana dispõe, em seu primeiro artigo, que “o congresso tem o poder de promover o progresso da ciência e artes úteis, garantindo por períodos limitados aos autores e inventores o direito exclusivo sobre suas obras e descobertas” (*apud* Lessig, 2004, p. 118). A relação entre progresso e limitação de *copyright*, como se percebe, é explícita?

A conciliação entre os interesses individuais e coletivos decorre da concessão de exclusividade ao autor para a exploração econômica de sua obra por um certo lapso temporal, após o qual ingressará em domínio público. Assim, o monopólio de exploração econômica concedido ao criador corresponde à tutela do aspecto patrimonial dos direitos autorais, reconhecendo a importância do trabalho realizado, ao mesmo tempo em que estimula a constante criação de novas obras. O interesse da sociedade no progresso e difusão da cultura, por sua vez, é reconhecido e tutelado na medida em que é estabelecido um prazo para o monopólio do autor que, uma vez exaurido, enseja a possibilidade de plena divulgação e publicação da obra, respeitando-se, obviamente, os direitos morais nela inculcados (VITALIS, 2006, p. 206)

A discussão sobre o caráter temporário ou perpétuo dos direitos autorais de caráter patrimonial é quase tão antiga quanto a própria instituição desses direitos. Até o século XVII, era comum entre as corporações de livreiros ingleses a exclusividade na comercialização de obras de autores falecidos há centenas de anos, o que obviamente representava um entrave ao acesso público a cultura e a circulação de ideias (GANDELMAN, 2004, p. 65). Ao mesmo tempo em que instituiu os direitos autorais na Inglaterra, o *Statute of Anne* limitou o prazo de proteção desses direitos em 21 anos, para os livros publicados antes da lei, e de 14 anos, renováveis pelo mesmo período, para os ainda não publicados. Os autores da lei entenderam que esse tempo era suficiente para que os livreiros da época pudessem explorar comercialmente as obras. Todavia, de lá para cá esse prazo vem sendo dilatado graças às campanhas de lobby das empresas e associações constituídas em torno da arrecadação desses direitos. Nos Estados Unidos, por exemplo, o governo estendeu 11 vezes o prazo de proteção nos últimos cinquenta anos (LESSIG, 2004, p. 121).

Promulgada em 1898, a primeira lei brasileira de direito autoral, denominada Medeiros e Albuquerque, deliberava o prazo de concessão dos direitos em 50 anos, contados de 1º de janeiro do ano em que a obra fosse publicada. Em 1973, já sob os auspícios da Convenção de Berna, uma nova lei elevou a proteção dos direitos patrimoniais para um período de 60 anos, contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente ao falecimento do autor. A atual lei, de 1998, aumentou o tempo de proteção de 60 para 70 anos. De acordo com essa prerrogativa, as obras de Noel Rosa, morto em 1937, caíram em domínio público em 1º de janeiro de 2008; já as de Tom Jobim, que faleceu em 1994, somente estarão livres de direitos patrimoniais a partir de 2065.

A limitação temporal, embora importante, não é a única restrição dos direitos autorais; sem embargo, existem outros limites previstos em lei que buscam equacionar os conflitos entre interesses público e privado. A doutrina

norte-americana denomina de *fair use* (uso justo) o conjunto de limitações que mitigam a exclusividade absoluta concedida ao titular do *copyright* nos Estados Unidos. Segundo a constituição norte-americana, a prerrogativa do *fair use* pode ser acionada, inclusive para usos feitos através de reprodução, cópia ou gravação, em determinados casos que tenham como finalidade a pesquisa, a crítica, o comentário, a notícia ou o ensino, incluindo-se neste último a possibilidade de serem feitas múltiplas cópias para utilização em sala de aula (MIZUKAMI, 2007, p. 466).

O exercício da função social dos direitos autorais, garantido por um conjunto de restrições e limitações a esses direitos (como os previstos pelo *fair use* norte-americano), parece ser ignorado pela lei autoral brasileira. Em 2011, a Consumers International, uma federação que reúne diversas organizações nacionais de defesa dos consumidores e que é responsável por realizar estudos comparativos com base nas legislações autorais de diferentes países, considerou a lei brasileira a quarta pior do mundo no que diz respeito ao acesso ao conhecimento, justamente por prescindir de uma sistematização das possibilidades de uso justo dos bens culturais que ainda não caíram em domínio público.

A questão em torno da cópia de livros é um claro exemplo disso: segundo o artigo 49 da lei de direitos autorais de 1973, não constituía ofensa aos direitos do autor a reprodução, em um só exemplar, de qualquer obra, desde que não houvesse intuito de lucro. Pela lei de 1998, contudo, a reprodução integral passou a ser proibida, estando autorizada apenas a cópia de “pequenos trechos”. Desnecessário dizer que a definição vaga e arbitrária do que seria considerado um pequeno trecho coloca em situação vulnerável o uso de cópias de material protegido por direitos autorais em sala de aula. Como resultado, professores, alunos e donos de lojas copiadoras ficam sujeitos à imprevisibilidade das ações policiais, como a realizada pela polícia civil em 2010, dentro de um dos *campi* da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que resultou na apreensão de máquinas copiadoras e pastas com cópias de textos deixados pelos professores para os alunos, bem como na detenção do proprietário da loja.

Além da proibição da cópia privada de obra integral, a atual lei brasileira impede a realização de cópia de segurança dos acervos de museus e arquivos por parte das próprias instituições, a reprodução de obras para utilização de portadores de necessidades especiais (com exceção do braile para deficientes visuais, previsto em lei) e a utilização, com fins didáticos, de material audiovisual como músicas e filmes, que só podem ser reproduzidas em sala de aula mediante a autorização expressa dos detentores de direitos (que podem incluir compositores, intérpretes, produtores, a editora, a gravadora, o estúdio de cinema etc.). O caso torna-se ainda mais grave quando entra em discussão a situação dos livros esgotados, que não podem ser adquiridos mediante a compra em livrarias. A lei brasileira não faz distinção entre livros postos à disposição do público e os retirados de circulação, o que praticamente inviabiliza o acesso, por vias legais, tanto a esses bens culturais como a obras musicais fora de

catálogo, uma vez que o baixo retorno financeiro desestimula gravadoras e editoras a produzir novas tiragens. Não raro, obras esgotadas só podem ser encontradas em sebos, bibliotecas públicas ou acervos particulares – e, hoje em dia, na internet, graças à digitalização e disponibilização que é feita, às margens da lei, pelos próprios internautas.

O flagrante descumprimento da função social da lei brasileira de direitos autorais é o principal argumento dos inúmeros grupos que vêm defendendo a reformulação da lei junto ao governo brasileiro. Em 2007, durante a gestão de Gilberto Gil no Ministério da Cultura do Brasil, foi lançado o Fórum Nacional de Direito Autoral, que promoveu oito seminários e mais de 80 reuniões com diversos setores da sociedade envolvidos no tema. Essas reuniões, somadas a uma consulta pública feita através da internet, serviram como base para a formulação de um projeto de reforma da lei de direitos autorais, que continha, dentre outras reivindicações, propostas de ampliação dos chamados usos justos, especialmente aqueles com comprovada finalidade educacional. De acordo com um estudo do Social Science Research Council, a proposta “expandiria significativamente a lista de exceções e limitações dos direitos autorais, facilitando o acesso a materiais educativos e posicionando a lei em um maior alinhamento com o que realmente se pratica na maioria das instituições educacionais” (MIZUKAMI *et alli*, 2011, p. 236).

A mudança de governo, entretanto, fez com que o Ministério alegasse a necessidade de mais discussões sobre o tema, mitigando as possibilidades de alteração da lei em um futuro próximo. Hoje, enquanto essas páginas são escritas, o ordenamento jurídico brasileiro permanece no mesmo ponto em que se encontrava no fim do século passado, antes do lançamento do Napster e de todos os programas de compartilhamento de arquivos em sistema P2P, antes do desenvolvimento de redes sociais como Facebook e Twitter e antes da chegada da banda larga ao Brasil, numa época em que o país contava com menos de dois milhões de usuários de internet segundo o Ibope – uma pequena fração dos mais de 90 milhões que tiveram acesso à rede em 2012, de acordo com dados do mesmo instituto de pesquisa.

Considerações finais

O debate em torno da reforma das leis de direitos autorais é da maior importância para as perspectivas do trânsito de bens culturais, e isso é tanto mais urgente na atual época das técnicas de reprodução digital. Como a lei de direitos autorais em vigor no Brasil proíbe a cópia integral de obras protegidas, mesmo que para uso privado, ficam interditas tanto as práticas de *download* e *streaming* na internet quanto a produção de cópias de bens adquiridos legalmente pelos próprios consumidores. Isso inclui: comprar ou vender cópias de músicas, filmes, jogos eletrônicos e programas de computador nas ruas; baixar um filme produzido em Hollywood ou um *software* da Microsoft na internet; postar no YouTube o videoclipe de uma banda contratada por uma grande gravadora; fotocopiar um livro inteiro para estudar para uma prova, esteja ele disponível ou não nas livrarias e bibliotecas; fazer uma cópia de um CD comprado legalmente e presentear um amigo, ou mesmo copiar uma única música desse CD para o seu próprio computador ou mp3 *player*.

Embora existam tipificações legais distintas para os diferentes exemplos mencionados, todos, sem exceção, constituem formas de acesso a bens culturais proibidos por lei no Brasil, o que confere a tais práticas os contornos de uma *cultura ilegal* (BEZERRA, 2012). A interdição da lei, entretanto, não impede que milhões de indivíduos se lancem na experiência de criar e compartilhar conteúdos, ignorando as normas de direitos autorais e propriedade intelectual. Revisões dessa legislação, atualmente em curso em muitas partes do mundo, principalmente por conta das inovações observadas no ambiente digital, precisam encontrar um novo marco jurídico que, além de contemplar agentes e instituições produtoras e distribuidoras de conteúdos, também leve em consideração o estabelecimento de novos hábitos de produção, distribuição e consumo de bens culturais digitais.

Referências bibliográficas

DANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BEZERRA, Arthur Coelho. *Cultura ilegal: o trânsito de bens culturais na era da pirataria*. Tese (doutorado em sociologia). Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2012.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura – volume 1*. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

GANDELMAN, Marisa. *Poder e conhecimento na economia global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

HAMMES, Bruno Jorge. *O direito da propriedade intelectual: subsídios para o ensino*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 1998.

LESSIG, Lawrence. *Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. 2004. Disponível em:

<http://www.rau-tu.unicamp.br/nou-rau/softwarelivre/document/?view=144>
Acesso em: 20 de março de 2013

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

MIZUKAMI, Pedro Nicoletti. *Função social da propriedade intelectual: compartilhamento de arquivos e direitos autorais na CF/88*. Dissertação (mestrado em direito). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), São Paulo, 2007.

MIZUKAMI, Pedro Nicoletti; CASTRO, Oona; MONCAU, Luiz; LEMOS, Ronaldo. Chapter 5: Brazil. In: SOCIAL SCIENCE RESEARCH COUNCIL (SSRC). *Media piracy in emerging countries*. Nova Iorque, 2011. Disponível em: <http://piracy.ssrc.org> Acesso em: 20 de março de 2013

MORAES, Rodrigo. A função social da propriedade intelectual na era das novas tecnologias. In: *Coleção cadernos de políticas culturais – vol 1: direito autoral*. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

VITALIS, Aline. A função social dos direitos autorais: uma perspectiva constitucional e os novos desafios da sociedade da informação. In: *Coleção cadernos de políticas culturais – vol 1: direito autoral*. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

Entre reapropriações e cocriações: o desafio da ética em tempos digitais

Between reappropriations and co-creations: the challenge of ethics in digital times

Ana Paula Rosa | Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)
Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS),
professora e pesquisadora na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Resumo

O contexto da cultura digital tem imposto mudanças no fazer comunicacional, assim como as lógicas midiáticas atravessaram os fazeres sociais. Cada vez mais participam do jogo de regulações não só as instituições jornalísticas, mas, essencialmente, os atores individuais. Ante o exposto este artigo discute a noção de ética na circulação de imagens na *web* quando a autoria se volatilizou no ciberespaço. Estaríamos diante de uma reapropriação do fotojornalismo ou de criações compartilhadas?

Palavras-Chave: Jornalismo; midiatização; ética.

Abstract

The context of digital culture has imposed changes in the communicational practice, as well as the media logics have crossed the social life. More and more do participate of the game of regulations not only the journalistic institutions, but, essentially, the individual actors. Facing the exposed this article debates the notion of ethical in the circulation of images on the web when the authorship volatilized itself in the cyberspace. Would we be faced with a reappropriation of the photojournalism or with shared creations?

Keywords: Journalism; media; ethics.

Quando se pensa em Comunicação, hoje, os antigos parâmetros parecem não mais dar conta: o processo comunicativo mudou. A tecnologia da informação afetou diretamente os modos de transmissão da informação. Os dispositivos estão acessíveis a todos de maneira que as lógicas midiáticas que antes eram inerentes apenas às instituições que tinham a comunicação como seu fazer, portanto, midiáticas (jornalísticas, publicitárias, de relações públicas), passaram a se volatizar e espalhar-se por todas as instituições e campos da vida num processo que Pedro Gilberto Gomes (2004) denominou de *mediatização da vida*. Este fenômeno mudou o modo de ser do homem no mundo, interferindo em todos os aspectos de seu cotidiano. Muniz Sodré (2006) aponta para um *bios* midiático que é uma “transformação técnica do espaço-tempo, adequada às novas estruturas e configurações da vida social” (*Id. ibid.* p. 99).

Neste sentido, Ferreira (2011) vai além ao afirmar que a *mediatização* diz respeito à unificação e diferenciação dos mercados discursivos a partir de três dimensões que se afetam mutuamente: processos comunicacionais, contextos sociais e dispositivos midiáticos. Cabe aqui uma ressalva importante, os dispositivos não são entendidos apenas em sua dimensão técnica e tecnológica, mas, como um conjunto de materialidades e, ao mesmo tempo, um conjunto de intersecções com os processos sociais e de comunicação. Isto implica dizer que os processos comunicacionais interferem nas relações entre dispositivos e processos sociais, ao mesmo tempo em que os dispositivos interferem nas relações entre processos comunicacionais e sociais. Ou seja, cada processo afeta o outro, sendo cada vez mais as relações interseccionadas por dispositivos midiáticos.

Ferreira (2009) afirma ainda que a *mediatização* só pode ser compreendida a partir da circulação. No entanto, ao frisar isto o autor propõe um contraponto à noção de circulação ou de *feedback* do sistema clássico de comunicação, uma vez que na circulação não há uma separação evidente entre produção e recepção, ao contrário, na esfera da *mediatização* estes papéis são constantemente alternados, o que será discutido mais a frente neste artigo em relação aos mecanismos do jornalismo online e da autoria, onde cada vez mais a produção é compartilhada ou ocorre a partir de *reinscrições*. No entanto, cabe aqui ressaltar que há uma produção consumidora ao mesmo tempo em que um consumo produtivo.

Esse duplo processo produz diversas transformações nas disposições e dispositivos midiáticos, em suas relações com as instituições e indivíduos que os disputam, mobilizam e os desenvolvem. Os processos midiáticos somam, portanto diversas circulações – emissão/recepção, emissão/recepção/emissão e recepção/emissão/recepção – transformadas pela *mediatização* das instituições (portais, novas configurações tipo Igreja Universal do Reino de Deus) e dos indivíduos (blogs, facebook, MSN). Todos, emissores e receptores, estão inclusos no processo de produção (FERREIRA, ROSA, 2011, p. 03).

Avançando um pouco mais no esquema proposto por Ferreira e Rosa (2012), considera-se que há uma fixação de valor pela circulação atribuída exatamente pela regulação efetuada via restrição, ou seja, quanto mais uma imagem sobre determinado tema é inserida em dispositivos diversos, produzindo reverberações, mais

esta imagem tende a torna-se totêmica, a única a ser vista, exatamente por um processo de restrição coletivo onde não apenas a instituição midiática regula, mas faz o papel de chancela dos vários discursos orquestrados em dispositivos que são distribuídos midiaticamente. À primeira vista, isto pode parecer simples, mas não é de fato, uma vez que se trata de um imbricado sistema de restrição/regulação de imaginários, convocando estruturas profundas do social, que põe em xeque um universo de imagens que embora existentes e disponíveis deixam de estar acessíveis no âmbito da circulação. Contudo, a questão mais emblemática deste processo reside exatamente no aspecto da reverberação, pois as imagens que abastecem os dispositivos dos atores individuais como *facebook*, *blogs*, *youtube* são reapropriações de imagens jornalísticas já vistas em espaços midiáticos tradicionais. Observa-se, então, que há uma acentuação/alteração dos sentidos em função da circulação intermidiática, isto é, as fotografias jornalísticas, foco deste trabalho, não apenas figuram intradispositivos midiáticos, mas também aparecem de modo replicante em dispositivos não jornalísticos como blogs e no próprio *youtube*. Isto demonstra que a circulação é agenciada pelos dispositivos.

Diante disso como pensar a configuração dos valores éticos? Durante décadas a discussão ética recaiu sobre a esfera do jornalismo. De um lado, o fazer do repórter que vai a campo, os limites com a fonte, a apuração da notícia. De outro, a ética para com o jornalismo, a valorização da profissão, o compromisso com a verdade acima dos valores comerciais e empresariais inerentes ao fazer da profissão. Ante esse cenário de midiatização mencionado anteriormente, onde o conhecimento das lógicas midiáticas adquiriu proporções até então não vistas em que, por exemplo, a polícia se midiatiza para apresentar um “cenário” de uma apreensão de drogas para que a imprensa “melhor divulgue” os dados, onde repórteres dão entrevistas em programas de televisão protagonizando a informação que eles mesmos coletaram nas ruas, ou onde vídeos de anônimos viram hit e depois viram manchetes, como pensar a questão da ética? É válido lembrar que o momento atual é do conteúdo e, portanto, o que vale é o que circula e a autoria parece ter se perdido, bem como outros valores onde *mashups*, apropriações, invenções e recriações são possíveis em nome de um conteúdo e de uma suposta informação. Há diferenças evidentes entre o fazer do jornalismo e o produzir conteúdo, contudo, pôr em circulação imagens fomenta o processo de criação totêmica, o que de algum modo afeta, repercute e é fomentado pelo jornalismo.

Ética e liberdade

A definição de ética nunca foi fácil, nem estanque, porque os valores humanos nunca o foram. Para a filosofia, o conceito deriva da noção de *éthos*, ligada à ideia de costume, sendo comumente conhecida como a doutrina dos costumes. Porém Sócrates, Platão, Aristóteles, Sartre, Kant, Hegel, uma infinidade de pensadores formalizaram conceitos e perspectivas para a noção de ética entre o racionalismo, o moralismo e o existencialismo. Mas, para além destas discussões, o que interessa neste artigo é pensar que a ética, pelo viés do limite entre o certo e o errado, entre o bem e o mal, se liga diretamente à noção de liberdade e talvez por isso seja tão difícil apreendê-la. Para Karam (1997),

a ampliação da possibilidade de escolha diante do mundo e dos valores que o formam pode ser a própria escolha de outro mundo e outros valores, permitidos pela existência da liberdade de escolha. A reflexão ética é também projeção para o futuro. É reflexo do existente, mas também sua negação, no sentido de afirmar novos valores com base em pressupostos para a consecução de algo que não está dado de antemão. Quando Sartre argumenta que o homem está condenado à liberdade, lembra que também é dele a responsabilidade de projetar-se ao futuro (KARAM, 1997, p. 35).

Talvez seja exatamente este excesso de liberdade, tão sonhada e desejada para a comunicação, que marca a fase vigente que esteja levando a um dos momentos mais emblemáticos no que tange à questão ética, ou seja, a possibilidade plena da escolha, leva à não escolha. Isto porque, no universo do digital, na gama de dados disponibilizados no ciberespaço as mesmas imagens, os mesmos temas, retornam para os dispositivos de atores individuais não com perspectivas diversas, mas replicando as versões já publicadas em mídias tradicionais, fomentando novas inserções e circulações. É possível dizer que ocorre um processo de reiteração da escolhida. A questão ética não está nessa reiteração, uma vez que teoricamente isso já foi abordado pelo *agenda setting* por exemplo, mas em como esta reiteração se processa, muitas vezes ignorando o papel de autor, ou seja, caiu na rede, está apto para ser reproduzido, inserido, modificado, transformado, recriado, o que não significa, necessariamente, que esteja se multiplicando as visões e as perspectivas de reflexão sobre os temas em pauta, geralmente de fato não se está.

Ignacio Ramonet (2012) argumenta que a mudança da concepção dos meios, antes tidos como meios-sol, que distribuíam as informações, e agora entendidos como meios-polvo, ou seja, meios descentralizados, onde os dispositivos estão nas mãos de todos numa grande rede de tentáculos, determina esta liquidez do conceito de ética, pois não há mais uma centralização da emissão. Os valores mudaram, o que está em jogo é um sistema “*yo-céntrico*” nas palavras do autor, isto é, feito pelo indivíduo que se conecta em rede e que põe em circulação informação, mas a comunicação em si, feita por comunicadores, trata de outro negócio, que gradativamente está tendo de se adaptar às demandas da própria midiaticização. Um dos desafios é exatamente a perda da credibilidade, porém a internet e suas possibilidades poderiam, se bem usadas, servir para a conquista da liberdade. “*La libertad de los medios de comunicación no es mas que la prolongación de la libertad colectiva de expresión, fundamento de la democracia. Y como tal no puede ser confiscada*” (RAMONET, 2012, p. 56). É importante destacar no que se refere à liberdade de expressão, que o atual código de ética do jornalista da Associação Nacional de Jornais (ANJ) defende que o profissional deve sustentar a liberdade de expressão, o funcionamento sem restrições da imprensa e o livre exercício desta. No entanto, entre a teoria e a prática há uma longa distância, principalmente quando se pensa que a liberdade de expressão não é sinônimo de jornalismo.

Conhecimento livre, conhecimento fechado: o meu, o teu ou o nosso?

A ambiência da *web* já é um não-lugar que, ao mesmo tempo, apesar de contraditório, é um lugar que reúne todos os espaços em que é preciso estar. As redes digitais são cada vez mais hipervelozes e disponibilizam informação

incessantemente, num lócus de fluxos partilhados e convidativos. A produção consumidora e o consumo produtivo se mesclam e se revezam em suas funções. E isso delinea modos diferentes de pensar a comunicação derivada desses fluxos de circulação/distribuição de materiais significantes que interessa observar do ponto de vista da ética, em especial da autoria. Partindo da noção de que na *web*, conforme Pisani e Piotet (2010) os usuários são *web* atores dispostos a produzir, interagir, mais do que simplesmente “estar” na rede, nota-se que a participação é essência do caráter ativo dos atores sociais que geram conteúdo e o modificam constantemente, pois também estão conectados o maior tempo possível, criando uma espécie de multidão. Os vídeos postados no *Youtube* surgem em segundos e parecem se disseminar rapidamente, assim como crônicas de uma escritora gaúcha são tornados votos de casamento e atribuídos ao poeta Mário Quintana que jamais escreveu sobre casamento em sua vida. Na *web* tudo é de todos. Para alguns entusiastas, como Lévy, Surowiecki trata-se da inteligência coletiva para outros como Nicholas Carr, Andrew Keen, a crítica é quanto ao excesso do digital, da estupidez das multidões.

Independentemente do lado, a cultura do digital traz questões novas dentre elas a da circulação das imagens reapropriadas de dispositivos de instituições midiáticas jornalísticas em dispositivos de atores individuais ou mesmo em videoclipes. Dênis de Moraes (2002) aponta que com um mínimo de conhecimento técnico já era possível no início do século XXI romper com a submissão das estruturas hierárquicas e produzir conteúdo em dispositivos individuais, tendo como prerrogativa a reciprocidade e o rompimento com os padrões hegemônicos da mídia. Aspectos identificados pelo autor que, sem dúvida, ainda hoje marcam a internet e são pontos positivos de seu uso. Porém, o questionamento aqui posto está no fato de que, mesmo tendo todo o aparato de dados, informações, possibilidades e recursos de criação para fugir do caminho adotado pelas instituições jornalísticas tradicionais são essas imagens fotojornalísticas que são reiteradas, coladas, infringindo o que é, aparentemente, um princípio ético. Do ponto de vista legal, a utilização de uma fotografia jornalística só poderia ser feita mediante a autorização do autor ou com o uso do crédito, contudo como blogs, sites, *facebook*s utilizariam créditos e legendas se não fazem jornalismo? Ao mesmo tempo, é possível dizer que, nestes espaços, há um suposto ganho de visibilidade para o autor, mesmo que sua autoria não seja revelada. Trataria-se, então, de uma via de mão-dupla?

Trata-se de dois pontos relevantes a se considerar: a) a replicação da imagem em dispositivos diversos restringe o acesso de outras imagens na circulação e b) a apropriação de imagens na *web* caracteriza infração de direito autoral, porém cabe criminalização ou transformação em conhecimento livre? Para tentar responder essas perguntas o próximo item é de análise empírica e apresenta dois casos com uso de imagens já referenciadas midiaticamente.

Inscrições e reinscrições: Osama Bin Laden, Saddam Hussein e suas faces

Partindo da ideia de que a *web*, assim como a mídia, é um espaço infinito de armazenamento de dados, observa-se que a função memória é ampliada neste meio uma vez que é possível acessar materiais já há algum tempo desaparecidos ou mesmo criar novos produtos a partir de outros já disponíveis. Neste sentido, no que tange às imagens percebe-se que as inscritas em dispositivos midiáticos jornalísticos, como revistas, jornais e na própria televisão, por exemplo, voltam a ser inscritas em dispositivos de atores individuais potencializando a circulação intermidiática. Isto pode ser percebido nas análises exploratórias que dão conta do corpus que é formado por dois vídeos produzidos por atores individuais disponibilizados no *youtube*: o primeiro trata da morte de Osama Bin Laden e o segundo de uma “homenagem” a Saddam Hussein, ambas produzidas por atores individuais desvinculados de emissoras ou produtoras tradicionais. Como percurso metodológico este artigo adota a visão de Charles Sanders Peirce (2003) sobre o método como um movimento, isto é uma sequência de raciocínios entre o dedutivo, o indutivo e o abduutivo. Neste sentido, os materiais são mobilizados na tentativa de compreender e identificar os mecanismos utilizados para inserir/reinserir as imagens jornalísticas em outros espaços. Para tanto, os vídeos foram analisados de modo dissociado quanto a categorias de imagem, edição, efeitos entre outras, sendo que numa segunda instância estes foram relacionados entre si.

Osama Bin Laden morto - análise quanto à imagem¹



Figura 1- Foto Osama morto

Nesse vídeo o ator individual faz uso de seis imagens estáticas, já midiaticizadas. Cinco dessas fotos são de Osama Bin Laden e uma do atentado do dia 11 de Setembro de 2001 ao *World Trade Center*, o que já demonstra uma reaproximação das duas temáticas. Dessas seis imagens, uma delas é empregada por duas vezes, que é supostamente a imagem

de Osama Bin Laden morto, que seria uma montagem. Ao utilizar esta imagem em duplicidade, observa-se que o sentido atribuído ao discurso já apresentado anteriormente pelos dispositivos jornalísticos é replicado, uma vez que todas as fotos que compõem tal vídeo já foram reproduzidas no meio jornalístico, como por exemplo, em jornais e revistas.

Quanto à edição, efeitos e trilhas

A edição foi feita de maneira muito simples, em um formato chamado “*slide-show*”, onde basta ter um computador e um programa bem simples, como o *Windows Movie Maker*, para realizar a edição. Foram utilizados efeitos básicos de *Zoom*, ou seja, aproximação e afastamento das imagens no vídeo. Os recursos de edição empregados revelam que o conhecimento antes restrito à lógica dos meios, agora está cada vez mais acessível aos atores individuais que também se midiaticizam, ou seja, não é necessário um domínio pleno da tecnologia, contudo é preciso a predisposição para ingressar na esfera da mediação e, portanto, desejar ser visto.

O autor do vídeo utilizou efeitos de tiro, retirado de um jogo popular na *Web*, o *Counter Strike*, sendo que durante todo o tempo do vídeo fica fazendo repetições de efeitos de metralhadoras e fuzis. Os recursos são bastante simples, muitos já disponibilizados na própria *web* ou nos jogos, isto é, há um cruzamento de apropriações, elas não se restringem somente ao que é jornalístico, mas englobam também elementos de outros dispositivos e de outros espaços partilhados.

Quanto aos créditos

Não existe qualquer tipo de crédito referentes às imagens utilizadas pelo autor. Apenas o nome do usuário do vídeo: *MultiScorpion2012*, contudo identificou-se que todas as imagens estão disponíveis em vários dispositivos e no próprio *Google*.

Saddam Hussein is rock and roll – análise quanto à imagem:

No *Youtube*, é possível encontrar diversos tributos a Saddam, construídos com imagens inscritas em dispositivos midiáticos através do emprego de técnicas de edição bastante simples e com o uso de trilhas. Um vídeo chama a atenção com mais de 77 mil visualizações desde 2007, quando foi postado. O vídeo narra a trajetória do líder iraquiano, revelando o mesmo jogo realizado via dispositivos midiáticos jornalísticos, ou seja, primeiro ele aparece imbuído de poder, depois tem sua imagem desqualificada, é revalorizado no tribunal e acaba morto por enforcamento. A letra da música enfatiza que Saddam é “rock and roll”, “nosso Deus”, mas o discurso da música não coincide com as imagens apresentadas. Observe-se a sequência abaixo de imagens extraídas do vídeo. O vídeo conta com dezenas de imagens extraídas de publicações, numa retrospectiva da vida do presidente iraquiano. Inicia com imagens da década de 90, com a quebra da estátua pelos soldados americanos, com a captura em 2003 e encerra com as imagens do julgamento e enforcamento em 2006.



Figura 2 - Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 3 - Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 4- Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 5- Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>



Figura 6- Frame do vídeo *Saddam Hussein is rock and roll*
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=xntRMj-Csbc>>

Quanto à edição, efeitos e trilhas

A edição de imagens é simples, feita em “*slide-show*” traz dezenas de fotografias que foram publicadas inicialmente em dispositivos jornalísticos e que depois se tornaram disponíveis na *web*. O diferencial talvez seja a trilha escolhida, a música “Saddam Hussein is rock and roll”, composta pela banda de rock brasileira Garotos Podres. A música presta uma espécie de homenagem ao ditador, sendo que os recursos de edição apenas aproximam e afastam as imagens em sucessão, animando os slides. Observa-se uma tentativa de cobrir o áudio com as imagens coletadas e um trabalho bastante árduo de obtenção de fotografias diversas do ditador a fim de mostrá-lo nos mais variados ângulos, mas sem perder as estratégias enunciativas que foram feitas anteriormente. Há um discurso novo produzido, mas que carrega os discursos já elaborados antes, não permitindo questionamentos mais complexos.

Quantos aos créditos

O próprio autor do vídeo destaca que todas as imagens são retiradas de outros vídeos já distribuídos na rede, mas não menciona nenhuma fonte jornalística de imagens.

Inferências sobre midiaticização, reapropriação e autoria

Muitas imagens são distribuídas diariamente por agências de notícias e pelos próprios campos sociais envolvidos nos acontecimentos, contudo cabe às instituições midiáticas definir o que, efetivamente, será publicado na capa de um jornal, no índice de um site ou na televisão. Porém, esta função não está restrita às organizações jornalísticas. Cada vez mais o exercício do poder de determinar qual imagem permanecerá circulando envolve outras esferas, isto é, envolve os atores sociais midiaticizados. Entendendo o processo comunicativo como a relação entre Emissores e Receptores, mediados por dispositivos, percebe-se que a recepção se transforma em produtora recorrendo a dispositivos também midiáticos. A partir deste momento, os receptores passam a desempenhar a função de emissores de um segundo nível, ou seja, emissores que reelaboram as ofertas discursivas acrescentando camadas de sentido. Quando a suposta fotografia de Osama morto é apresentada na CNN, logo ela é replicada em espaços não jornalísticos como blogs pessoais e no próprio *Youtube*, sendo que os receptores passam a afetar os emissores primeiros que inserem novamente tais imagens na esfera midiática.

Os chamados *web* atores vasculham os bancos de dados existentes na *web* e como não se limitam a apenas consumir, produzem materiais significantes, elaborando discursos. Tem-se, então, o caso do videoclipe *Saddam Hussein is rock and roll* em que imagens já vistas são recuperadas para ilustrar a trajetória do ditador ante seu enforcamento, inclusive as imagens proibidas de circular nos jornais como as charges, as montagens envolvendo Bush e o ditador. Brincadeira, discurso politizado, crítica? Independentemente da intenção, o que de fato o vídeo faz como produto midiático é reinserir na circulação as imagens totêmicas de Saddam, ou seja, as mesmas imagens que já foram insistentemente colocadas em distribuição nos meios de comunicação tradicionais. A crítica do aprofundamento, de visões amplificadas cai no vácuo ou contribui para a restrição de outras perspectivas, reiterando o totem. Recentemente a banda 30 Second To Mars, lançou o clipe *This is war* em que faz um jogo com as imagens de guerra e momentos emblemáticos que simbolizam a paz como o discurso de Mandela, por exemplo. A imagem que traduz o mal, entre outras, é a de Saddam Hussein em seu julgamento, ou seja, há também uma recuperação de imagens jornalísticas reapropriadas com outros propósitos em espécies de *mashups*.

No entanto, convém observar que nos materiais empíricos analisados aqui a oferta de sentido que circula entre os dispositivos não sofre grandes alterações apesar das diversas circulações. Isto ocorre em função da inserção das mesmas imagens tanto em espaços jornalísticos como em não jornalísticos, sendo que as perspectivas são replicadas, mesmo sabendo que a *web* pode representar um espaço de contraponto amplo. Assim, tem-se disputando o poder: a) instituições midiáticas; b) instituições não midiáticas (polícia, governos) e c)

atores individuais, sendo que as três instâncias recorrem a dispositivos midiáticos para afetar umas às outras. Assume-se aqui, portanto, que, na perspectiva deste artigo, o poder está no reconhecimento da mediação como lugar de interação social e de construção /abastecimento da memória.

Quanto à ética, considera-se o fato de nenhum dos vídeos mencionar as fontes das imagens como um problema sério. Ainda que se pense que no ciberespaço o conhecimento deve ser livre e partilhado, a fotografia jornalística é regida por uma série de quesitos, um deles é o fato de que o fotógrafo teve um trabalho para a obtenção da imagem, não simplesmente de estar lá diante do objeto ou de dominar a técnica para apertar o botão, mas um trabalho intelectual de produção da imagem. O uso indiscriminado dessa foto, às vezes fora de contexto, pode levar a interpretações que não as propostas pelo autor. A Lei brasileira quanto ao direito autoral é rigorosa no que tange ao direito de propriedade e pouco no que diz respeito ao direito moral, que parece para muitos fotojornalistas ser mais relevante. Isto é, independente do valor monetário da foto, há o valor da fotografia como criação, como documento da história. Mas como cobrar que a noção de autoria clássica, formal, com punição de multa e prisão seja posta em prática quando quase todos os outros conceitos perderam suas bordas na *web*? Será o que se reapropria que precisa mudar ou o fotojornalista? Ou ainda que fotojornalismo é esse que perdeu os contornos?

Considerações em incertezas

Pensar o estatuto do fotojornalismo em tempos de comunicação digital é bastante complexo, porque se de um lado possibilita ganhos inestimáveis para a prática, de outro impõe restrições profissionais no que diz respeito, exatamente, à circulação do fruto do trabalho em si. O propósito de todo produto jornalístico é a sua plena circulação, mas no contexto da mediação as lógicas do fazer midiático estão tão arraigadas no cotidiano dos cidadãos que perpassam o fazer de instituições que não são jornalísticas e de atores individuais com tamanha destreza que editar um vídeo, fotografar torna-se corriqueiro e difícil de distinguir do olhar jornalístico. O aparato de mobilização que o profissional da comunicação emprega parece ser exatamente o mesmo que o daquele que apenas produz conteúdo para abastecer um blog, um *facebook*, mas sabe-se que não é.

A diferença reside exatamente na visão ética apurada, uma vez que a liberdade de manifestação e de expressão é igual para todos, assegurada pelo artigo 5º da Constituição de 1988. Contudo, a percepção que se tem na esfera virtual que se tornou a grande *Ágora* contemporânea, o espaço da opinião pública, é de que a ética não está na vitrine, isto porque, há uma ansiedade exagerada em declarar na *web* os pontos de vista, como se o pensamento mais elaborado pudesse ser feito depois. Em alguns casos não pode. Castells considera a *web* como uma forma de reviver a democracia. Todo o seu potencial está à disposição para isso, por se tratar de um coletivo virtual, ou seja, não há um único responsável pela gestão. Isso implica dizer que não há regulação externa e que as regras vêm das próprias comunidades, surgem dos anseios individuais e coletivos. Tome-se como exemplo o caso do *Instagram* e as

imagens produzidas que teriam de ser “cedidas” em seus direitos plenos e irrestritos para o desenvolvedor do aplicativo. Mediante a desistência de milhares de usuários que não queriam suas fotos como propaganda de produtos que não comprariam, a empresa se viu obrigada a voltar atrás para não perder todos os usuários. É um código de ética desenvolvido pelo uso.

Este exemplo traduz claramente o fato de que não ter um controle centralizado não significa não ter controle algum, há regras de convivência como em toda sociedade. O valor do uso determina como será o valor da relação, ou seja, as definições se dão em processo. Na mídia tradicional o valor se dá previamente ao uso, porque a relação esta alicerçada no valor. Na *web* as trocas valem mais, porém a mercantilização dos processos tem levado a *web* a caminhos semelhantes aos da mídia tradicional em muitas ferramentas. O trabalho, ao que tudo indica, deve ser no sentido de melhorar o aprofundamento das relações, pois para reviver a democracia valores éticos independem do dispositivo. Contudo, mais do que pensar a *web*, o momento é propício para se pensar o fotojornalismo na *web* e como suas práticas estão sendo afetadas e adaptadas.

Durante muitos anos a discussão da digitalização se limitou ao impacto da técnica nas redações: O que seria das máquinas analógicas? Qual a mudança do olhar? Que processos seriam instituídos? Contudo, esqueceu-se ou pouco se debateu sobre o que esta digitalização provocaria na esfera do público, não da simples recepção, mas na sua capacidade de apropriação da tecnologia. Diante disso, o fotojornalismo reapropriado tem um valor simbólico outro, duplo. As imagens transformadas em totens, ou seja, escolhidas para serem midiaticizadas pelas instituições jornalísticas, replicadas em dispositivos de atores individuais e mantidas em circulação constroem algo que vai além da simples agenda, determinam as imagens a serem vistas, as totêmicas, que instauram, em contrapartida, quais pertencerão ao universo das que permanecerão como existentes e invisíveis. E é sobre isso que se deve pensar em termos éticos.

Referências bibliográficas

FAUSTO NETO, Antônio. *A midiaticização jornalística do dinheiro apreendido: das fotos furtadas à fita leitora*. Disponível em <www.compos.org.br/biblioteca/245pdf>. Acesso em 20 jul. 2008.

FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (orgs). *Mídia e movimentos sociais: linguagem e coletivos em ação*. São Paulo: Paulus, 2007.

_____; ROSA, Ana Paula. *Midiaticização e poder: a construção de imagens na circulação intermediática*. Goiás: UFG, 2011.

GOMES, Pedro Gilberto. Os processos midiáticos como objeto de estudo. In: _____ *Tópicos da teoria da Comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

KARAM, Francisco Jose. *Jornalismo, ética e liberdade*. São Paulo: Summus, 1997.

PISANI, Francis; PIOTET, Dominique. *Como a web transforma o mundo: a alquimia das multidões*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

RAMONET, Ignacio. *La explosion Del periodismo: internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2011.

ROSA, Ana Paula. *Imagens totens: a fixação de símbolos nos processos de midiaticização*. São Leopoldo: 2012. (tese de doutorado)

ROSA, Ana Paula; BARRETO, Rayson. *Ecos visuais no youtube: entre jornalismo e memória protésica*. 9 Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, 2011.

SODRE, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petropolis, RJ: Vozes, 2006.

Notas

1. Vídeo disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=rrNbGEDc_XQ&feature=related

Autoria e propriedade – inflexões e perspectivas de uma relação em crise

Authorship and property – inflections and perspectives of a relation in crisis

Beatriz Cintra Martins I

Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisadora dos grupos de Novas Tecnologias, Cultura e Práticas Interativas e Inovação em Saúde, da Fundação Oswaldo Cruz, e Economias Colaborativas e Produção P2P no Brasil, do IBICT/UFRJ.

Resumo

As relações entre autoria e propriedade estão em crise na atualidade, sob o impacto das novas dinâmicas autorais presentes nas redes de comunicação. Neste artigo, num primeiro momento, percorremos a história da autoria, pontuando suas inflexões. Em seguida, apresentamos algumas licenças alternativas que têm sido criadas como um questionamento prático das restrições vigentes quanto à propriedade intelectual.

Palavras-Chave: Autoria; propriedade intelectual; licenças alternativas.

Abstract

Relations between authorship and property are currently in crisis under the impact of new authorial dynamics in communication networks. In this article, we first address the history of authorship, emphasizing its inflections. Next, we present some alternative licenses that have been created as a practical way of calling into question the prevailing intellectual property constraints.

Keywords: *Authorship; intellectual property; alternative licenses.*

Introdução

Entre as mudanças trazidas pelo advento das redes eletrônicas de comunicação, a que diz respeito à questão autoral é uma das mais significativas. A noção de autoria, anteriormente atribuída a um indivíduo determinado, em geral reconhecido por seus méritos ou credenciais, se encontra deslocada na atualidade sob o impacto das tecnologias digitais. Em seu lugar, surge o autor em rede, de natureza difusa e distribuída, composto da interação entre uma multidão de atores que produzem uma obra de forma compartilhada. Este é o caso, por exemplo, da enciclopédia colaborativa Wikipédia, com 25 milhões de artigos escritos em 285 idiomas por milhões de colaboradores¹, não necessariamente especialistas e muitos deles anônimos.

Essa inflexão nos processos autorais tem desafiado os parâmetros vigentes de gestão de direitos de bens intelectuais e provocado um intenso debate na sociedade sobre como lidar com a nova dinâmica da produção em rede. Um das dificuldades em se avançar nessa discussão é dar conta de analisar transformações culturais tão recentes sem cair numa abordagem de estranhamento e resistência por sua diferença ou, ao contrário, de deslumbramento por sua novidade. Um dos caminhos para se evitar essas tendências é buscar a perspectiva histórica, que oferece parâmetros que podem dar mais clareza à reflexão sobre as relações entre autoria e propriedade.

Neste artigo, como contribuição para o aprofundamento desse debate, trataremos alguns referenciais históricos que podem ajudar na compreensão das premissas da noção de autoria proprietária e na percepção da necessidade de sua revisão. Em um primeiro momento, iremos percorrer brevemente a história da autoria a fim de explorar as diferentes constituições e dinâmicas dos processos autorais em épocas diversas. Em seguida, nos deteremos na análise da conjuntura que possibilitou o surgimento da figura do autor individual e do gênio criador, e que deu base para a consolidação da ideia de propriedade intelectual que vigora ainda hoje. Por último, abordaremos os novos modelos autorais que têm lugar nas redes de comunicação e sua incompatibilidade com os parâmetros atuais que regem o direito autoral. Como complemento, apresentaremos algumas licenças alternativas para a gestão de bens intelectuais que têm sido criadas como um questionamento prático às restrições legais vigentes.

A historicidade da autoria

O ponto de partida para construir nossa reflexão é resgatar o caráter histórico da noção de autoria a fim de desnaturalizar certa aceção que se tem como universal, a do indivíduo autor, que embasa o marco regulatório sobre propriedade intelectual na atualidade. Para isso recorreremos inicialmente ao pensamento de Michel Foucault, que em sua célebre palestra “*O que é um autor?*”, na *Société Française de Philosophie*, em 1969, aponta para a historicidade das práticas autorais, lembrando que nem sempre os textos tiveram uma assinatura:

Os textos, os livros, os discursos começaram efetivamente a ter autores (outros que não personagens míticas ou figuras sacralizadas e sacralizantes) na medida em que o autor se tornou passível de ser punido, isto é, na medida em que os discursos se tornaram transgressores (FOUCAULT, 2006, p. 47).

A relação entre a atribuição e o regime de propriedade é ressaltada por Foucault, que identifica o período entre o final do século XVIII e o início do XIX como o momento em que se instauraram tanto as regras estritas sobre o direito do autor, quanto a aura transgressora da literatura, como dois polos de um sistema que incluía reconhecimento e risco. No entanto, destaca o filósofo, houve épocas em que textos, hoje considerados literários, circulavam na cultura sem necessidade de um nome de autor que validasse sua existência. Sua própria duração na cultura, a maneira como persistia através de gerações, era já uma confirmação de seu valor.

De fato, podemos observar que houve significativa variação nos processos autorais em diferentes épocas. Na Antiguidade, por exemplo, as lendas e os contos populares eram transmitidos, em grande parte, por via oral. Os poemas épicos eram declamados pelos bardos, que podiam improvisar e incluir seus próprios versos em sua performance. Seus acréscimos, no entanto, não eram marcados por uma assinatura. Poderiam posteriormente ser incorporados em outras apresentações, sem referência a uma atribuição. A criação poética de então não tinha um caráter individual. Ao contrário, era entendida como uma inspiração “soprada” pelas musas, entidades míticas que corporificavam a consciência da tradição coletiva. Uma prática, portanto, de natureza transcendental, anônima, e tratada como uma criação comum (FERNANDES, 2003).

No período medieval, também era comum o anonimato. Segundo Bennett (2005), interessava menos ao público leitor o nome do autor do que aquilo que ele revelava, o conteúdo de sua escrita. Isso porque o texto não tinha a conotação de uma expressão pessoal subjetiva, mas era muito mais uma tentativa de interpretação de uma verdade divina. Burke (1995) vai endossar essa análise ao afirmar que a escritura na Idade Média fazia parte de um contexto cultural no qual Deus era a fonte da inspiração suprema para todas as obras, o seu verdadeiro autor. O artista ou escritor era considerado um transmissor da criação divina, não cabendo a ele, portanto, um mérito autoral particular por suas realizações. Para Burke, esse modelo da inspiração divina, acima da autoria humana, não se limitava aos textos bíblicos, mas abarcava toda a produção intelectual da época, que seria sempre a revelação pública de um saber transcendental e nunca uma intuição de caráter privado.

Eram usuais, então, as publicações manuscritas com comentários nas marginais, que eram lidas em voz alta e em público, quando podiam receber novos acréscimos. Esse modo de escrita, conhecido como método

escolástico, consistia em um exercício de hermenêutica da comunidade religiosa sobre os textos bíblicos, com uma dinâmica mais coletiva do que individual. Vale mencionar que essa produção textual era validada por uma entidade conhecida como *auctoritas*, formada por clérigos que possuíam o poder de cancelar seu valor como material digno de leitura.

Já no final da Idade Média, há registro de uma prática de escrita que, pode-se afirmar, ia além da tarefa de interpretação obediente ao cânone para se constituir mesmo em um ato de leitura e escrita criativa. Este é o caso da obra “*The Canterbury Tales*”, atribuída ao escritor inglês Geoffrey Chaucer, do século XIV, que teve várias versões produzidas por leitores, com cortes e acréscimos, num processo de autoria fluido. Para Liang (2005), mais do que um caso isolado, este era o padrão da época, no qual os textos eram tidos como mutáveis, passíveis de edições e adaptações, e os leitores eram livres para interferir no manuscrito com suas anotações que se mesclavam com o texto original, formando outra obra. Cabe ainda registrar que o próprio Chaucer se declarava um mero repetidor de estórias contadas por outros.

Tanto no período antigo quanto no medieval, a falta de relevância da atribuição de autoria estava relacionada ao entendimento de que as obras eram parte do patrimônio comum. No entanto, com o advento da Modernidade, época da valorização do sujeito como protagonista da vida social, a concepção de processo criativo e, conseqüentemente, a visão a respeito dos direitos sobre a produção intelectual mudaram radicalmente.

O fortalecimento do indivíduo autor na Modernidade

Com a chegada da Modernidade e a emergência do projeto do sujeito autônomo, a figura do autor individual se fortalece. O ser humano, racional e consciente, passou a ocupar a centralidade do universo, a ser ele próprio o agente do conhecimento, acima do dogma religioso e das crenças. Paralelamente, esse foi também o período da invenção da imprensa e de significativas mudanças nas práticas de escrita e leitura. O texto se tornou mais fechado em um duplo sentido: por um lado, passa a ter um autor individual identificado; por outro, não estava aberto para intervenções ou comentários. Ao mesmo tempo, a prática da leitura também se individualizou: as leituras públicas da era medieval foram pouco a pouco sendo substituídas pela leitura silenciosa e solitária.

A circulação de livros, por outro lado, ganhou uma dimensão inédita. No lugar do antigo manuscrito – uma única cópia podia demorar até dois meses e meio para ser concluída –, os exemplares impressos eram múltiplos, em tiragens de 500 a 1000 exemplares e, com isto, chegavam a um número cada vez maior de leitores. A economia alcançou outro patamar de complexidade, com o grande desenvolvimento do comércio, desdobrando-se em uma sofisticação dos instrumentos legais e políticos da organização social. Nesse ambiente, cresceram também os investimentos no emergente negócio do livro, visto então como mais uma *commodity*, e a figura do editor-livreiro, responsável pelo tratamento do texto, sua impressão e distribuição, conquistou destaque. Como

o setor ganhou importância econômica, era preciso estabelecer regras claras sobre os direitos de impressão a fim de proteger o investimento feito pelos editores na compra de manuscritos e garantir a conquista de novos mercados.

Desde o século XVI havia o sistema conhecido como privilégio, que funcionava com uma espécie de concessão dada pela monarquia, para garantir aos impressores a exclusividade de publicação de determinados livros e, assim, assegurar a realização de lucro sobre seus investimentos. Vale lembrar que naquela época o editor comprava o original sem saber ao certo se a obra cairia no gosto do público ou se representaria prejuízo. Por outro lado, era comum a realização de cópias não autorizadas dos livros mais vendidos por outros editores que queriam se aproveitar da popularidade das publicações sem, no entanto, ter se exposto ao risco do empreendimento. Esse sistema, no entanto, era limitado a territórios específicos, municípios ou estados, o que funcionou bem enquanto a demanda por livros também era restrita. Mas, na medida em que o mercado editorial cresceu e se expandiu geograficamente, esse modelo se mostrou ineficaz. A Alemanha, por exemplo, tinha cerca de 300 estados independentes no século XVIII: para garantir a exclusividade de publicação, seria preciso obter o privilégio em cada um deles (WOODMANSEE, 1994).

A fim de atender à nova dinâmica da economia do livro e aos interesses dos livreiros, importantes comerciantes da época, foi promulgada em 1710, mais de 250 anos após a invenção da imprensa, a primeira legislação referente ao direito autoral, o *Copyright Act*, pela Rainha Anne da Inglaterra. Nessa época, embora alguns autores fossem remunerados pelos editores, os honorários que recebiam eram bem modestos e não correspondiam à retribuição por seu trabalho nem garantiam sua subsistência. Os escritores ainda não eram reconhecidos como agentes produtores dignos de remuneração, o que só vai ocorrer gradativamente, durante o século XVIII, com o crescimento do interesse pela leitura, quando começaram a reivindicar o direito de viver da venda de seu trabalho intelectual.

Uma contribuição importante para a consolidação da noção de autoria como um atributo individual foi dada pelo movimento do Romantismo, nos séculos XVIII e XIX. De acordo com Woodmansee (1994), os escritores desse período minimizaram o valor da habilidade técnica dos artesãos e deslocaram o elemento da inspiração, antes vinda das musas ou de Deus, para a interioridade do autor. O trabalho dos homens de ofício tradicionais, antes valorizados por sua capacidade de reproduzir a beleza divina, passou a ser visto como menor, sem distinção, uma mera reprodução de clichês. Por outro lado, o processo autoral passou a ser entendido como algo gerado a partir de uma profundidade subjetiva, em uma expressão única e original. Essa nova compreensão, por sua vez, deu base para o surgimento da figura do gênio criador. Nesse contexto, o trabalho intelectual alcançou outro estatuto, ou seja, a partir de então se tornou digno de ser remunerado como uma contribuição relevante

à sociedade. Não mais de um artesão ou de um imitador, lidando com conteúdos culturais comuns ou transcendentais, mas de um criador que merece ser financeiramente recompensado por seu talento único e pela originalidade de sua produção. Foram aí lançados os fundamentos do direito autoral tal como o conhecemos (WOODMANSEE, 1994).

Um dos pensadores que influenciaram a mentalidade na época e contribuíram para esse novo entendimento da figura do autor foi Johann Gottlieb Fichte, com destaque para seu texto “*Proof of the Illegality of Reprinting: A Rationale and a Parable*”, no qual defende que cada escritor tem uma maneira pessoal e única de estruturar seus pensamentos, de dar forma às suas ideias e de conectá-las. Condição que, argumenta, lhe confere o direito de autor, tanto do ponto de vista moral, como o criador de sua obra, quanto do material, como o detentor de sua propriedade:

[...] cada indivíduo tem seu próprio processo de pensamento, a sua própria maneira de formar conceitos e conectá-los. [...] Tudo o que nós pensamos, devemos pensar de forma análoga a nossos outros hábitos de pensamento, e somente retrabalhando novos pensamentos, depois de compará-los com nosso processo habitual de pensamento, é que os fazemos nossos [...] Assim, cada escritor deve dar a seus pensamentos uma certa forma, e ele não pode dar-lhes outra forma senão a sua, porque ele não tem outra. Mas ele também não pode querer ceder esta forma ao tornar seus pensamentos públicos, porque ninguém pode se apropriar de seus pensamentos sem, contudo, alterar a sua forma. Esta, assim, permanece para sempre sua propriedade exclusiva. (FICHTE apud WOODMANSEE, 1994, p. 51-52, grifos do autor).²

O conceito-chave apresentado por Fichte – de que cada indivíduo tem uma forma de pensamento exclusiva – fundamentou as leis de direito autoral promulgadas nas décadas seguintes, que passaram a reconhecer a legitimidade da reivindicação de direitos exclusivos do autor sobre obra original de sua criação intelectual. O escritor a partir de então ganha outro estatuto, e direitos de propriedade, em reconhecimento à singularidade de seu pensamento (WOODMANSEE, 1994).

De todo modo, a concepção do autor individual e autônomo começou a ser questionada ainda no século XIX. Um dos precursores da crítica à concepção Romântica de gênio criador foi Mallarmé, um dos maiores poetas da época, por propor a separação, mais do que a união, entre o autor e a obra. Mais ainda, Mallarmé atribui a origem da criação poética não à imaginação ou ao inconsciente de um autor, mas sim à palavra, compreendida por ele como puro logos. Suas alusões à intertextualidade, ao desaparecimento do autor e ao poder generativo da linguagem irão inspirar a teoria francesa da *écriture* no século XX. Esta influência fica muito clara nas palavras de Barthes (2004).

Na França, Mallarmé, sem dúvida o primeiro, viu e previu em toda a sua amplitude a necessidade de colocar a própria linguagem no lugar daquele que era até então considerado seu proprietário, para ele, como para nós, é a linguagem que fala, não o autor; escrever é, através de uma impessoalidade prévia [...] atingir esse ponto em que só a linguagem age, “performa”, e não

“eu” [...] (BARTHES, 2004, p. 59).

Barthes foi um dos principais críticos a desconstruir a figura do autor romântico, ao transferir para a linguagem a referência primeira da criação e ao afirmar a escritura como um espaço de múltiplas dimensões e significados, sem nunca possuir um sentido último que de alguma forma determine de antemão o caminho estético a ser percorrido. E foi além, ao concluir que o lugar capaz de absorver toda a multiplicidade contida em uma escritura, não é mais o do autor, mas o do leitor. A obra, neste sentido, só alcança sua plenitude na leitura, no desvendamento de seus sentidos pelo leitor. E para que este polo possa florescer é preciso que o outro decresça, ou seja, é preciso decretar a morte do autor como aquele que detém o monopólio do processo da criação.

Modelos autorais em rede

Apesar de todo o questionamento a respeito da questão autoral e da natureza do processo criativo durante o século XX, por pensadores como Barthes e Foucault, ainda prevalece na atualidade a concepção de autoria como aquela do Romantismo: a de autor como gênio criador. Essa noção está presente não só no senso comum, mas também, o que é mais significativo, embasa ainda as normas através das quais nos relacionamos com os bens intelectuais em nossa sociedade. No entanto, novas práticas autorais estimuladas pelo advento das redes eletrônicas de comunicação vêm abalando o entendimento da autoria como algo de caráter individual e, conseqüentemente, desestabilizando a concepção de propriedade intelectual e demandando sua revisão.

Não teremos espaço aqui para esmiuçar as características de diferentes modelos autorais presentes na rede, mas podemos mencionar brevemente algumas de suas características. Nos projetos colaborativos, como a Wikipédia que citamos na introdução, não é mais possível pensar o processo criativo como resultado de uma inspiração subjetiva ou a concepção de uma ideia como fruto da elaboração original de uma mente. Ao contrário, são obras produzidas de forma interativa e transindividual, nas quais vários atores contribuem com diferentes intervenções que compõem um todo, como um produto coletivo. Mais ainda, muitas vezes, não existe a noção de conclusão da obra. O trabalho permanece em aberto, *ad infinitum*, para novas edições que podem vir a modificá-lo de forma significativa, inclusive retirando algumas partes e introduzindo outras. Além disso, a questão de atribuição também é bastante difusa: na enciclopédia colaborativa, por exemplo, pode haver o registro de autoria, mas boa parte das contribuições é de caráter anônimo.

O *remix*, outro modelo autoral típico das redes de comunicação, consiste na produção de obras a partir da recombinação de conteúdos culturais já existentes, como partes de textos e imagens de outras produções. Esse modelo questiona a atual regulação sobre propriedade intelectual de forma ainda mais radical. Defende-se a ideia de que a cultura é desde sempre um bem a ser partilhado e que toda a obra cultural se apropria de outras que a precederam, fazendo parte de uma tradição comum compartilhada e não proprietária. Vale pontuar que a prática de apropriação é anterior à cultura digital, no entanto, adquire dimensão mais ampla pelas características propícias das redes de comunicação, que permitem com muita facilidade a prática de copiar e colar trechos de outras obras.

Os dois tipos de processo autoral em rede citados, o colaborativo e o remixado, pedem uma ampla e livre circulação de dados pela rede de forma a poderem ser compartilhados e recombinaados, servindo de conteúdo para a produção de novas obras ou projetos. Como se vê, o conceito de propriedade intelectual baseado nas premissas dos séculos XVIII e XIX não se aplica mais para essas produções contemporâneas em rede, que representam outro entendimento do processo criativo e por isso demandam outras formas de gestão de direitos relativos aos bens intelectuais. Enquanto, no Brasil e em diversos países, os parlamentos discutem demoradamente propostas de adaptação da legislação aos novos tempos, artistas e ativistas saíram à frente e deram uma resposta prática ao problema, criando outros tipos de licenciamento com o objetivo de contemplar as novas dinâmicas criativas que pedem um fluxo mais livre da informação como condição de sua reprodução.

Licenças alternativas

O pioneiro em pensar uma licença alternativa para contemplar formas de produção colaborativa através das redes de comunicação foi Richard Stallman, fundador do Movimento *Software Livre*. A ideia central por trás desse movimento é defender o livre acesso aos códigos-fonte dos programas, em contraposição aos chamados programas proprietários desenvolvidos por empresas corporativas, que os mantêm fechados no modelo de segredo industrial. Stallman idealizou, em 1989, a *General Public License* (GPL), a fim de estabelecer direitos e garantias em outra direção: em lugar do *copyright*, o *copyleft*. Esta licença se baseia em quatro liberdades:

A liberdade de executar o programa, para qualquer propósito (liberdade nº 0)

A liberdade de estudar como o programa funciona, e adaptá-lo para as suas necessidades (liberdade nº 1). Acesso ao código-fonte é um pré-requisito para esta liberdade.

A liberdade de redistribuir cópias de modo que você possa ajudar ao seu próximo (liberdade nº 2).

A liberdade de aperfeiçoar o programa, e liberar os seus aperfeiçoamentos, de modo que toda a comunidade se beneficie (liberdade nº 3). Acesso ao código-fonte é um pré-requisito para esta liberdade.

O importante a se destacar é que, dentro dessa lógica, o fluxo da informação deve ser livre a fim de que todos possam interagir amplamente com o programa. De acordo com a GPL, os programas devem ser distribuídos com o código-fonte aberto para que sejam passíveis de modificações e aperfeiçoamentos. Porém estas derivações obrigatoriamente devem manter as mesmas liberdades originais, isto é, devem ser licenciadas da mesma forma para que se impeça a sua apropriação por iniciativas proprietárias fechadas. Ou em outras palavras, a licença permite a criação de obras derivadas, mas impede a mudança no seu regime de distribuição. É interessante observar que a GPL desloca o foco do direito do autor, como o(s) indivíduo(s) criador(es) e detentor(es) de direitos restritivos sobre a obra, para enfatizar no melhor desempenho do programa como o objetivo maior a ser alcançado, em prol do qual os direitos proprietários devem ser relativizados.

Ao definir a proibição de se mudar a licença em obras derivadas, a GPL assegura a constituição de um acervo de códigos-fonte como um patrimônio comum da comunidade de programadores, a partir do qual se pode avançar no desenvolvimento de novos programas ou outras funcionalidades. Dessa forma, portanto, essa licença preconiza a evolução do conhecimento como o valor mais alto, acima de direitos individuais exclusivos. Cabe mencionar ainda que, entre as determinações deste licenciamento, está previsto o registro da atribuição de autoria de todos os que contribuíram para o desenvolvimento de um programa e de suas derivações, resguardando, portanto, os direitos morais de todos os envolvidos em sua produção.

A iniciativa da GPL tem inspirado a criação de outras licenças alternativas. A mais conhecida delas, sem dúvida, é a *Creative Commons*, idealizada por Lawrence Lessig, advogado e pesquisador de cibercultura. Sua primeira versão foi lançada em 2002, com o objetivo de oferecer um espectro de opções de proteção para obras culturais, como textos, música, filmes, imagens etc. No lugar do conceito de “Todos os direitos reservados”, do *Copyright*, ou de “Nenhum direito reservado”, do Domínio Público, a CC propõe a existência de alguns direitos reservados. A licença mantém o direito de autor, assim como os direitos conexos, mas pode autorizar a priori alguns direitos a mais, conforme a especificação escolhida pelo autor da obra.

Desse modo, é possível montar variações da licença de acordo com os seguintes atributos: permissão de uso comercial ou não; permissão de transformação da obra ou não; e na segunda opção, é possível ainda permitir que as obras derivadas tenham licença diferente da obra original ou obrigá-las a manter a mesma licença. Além disso, existem também outras modalidades específicas, como as licenças: “Recombinação” ou “*Sampling*”, “Nações em Desenvolvimento” e para *software* livre, chamada “CC-GNU-GPL”. O propósito da licença CC seria adequar as produções intelectuais à dinâmica da Internet, permitindo circulação mais ampla e maximizando o potencial de compartilhamento e recombinação das obras, típicos da cultura digital.

A licença *Creative Commons*, no entanto, tem recebido críticas por resguardar o princípio de propriedade intelectual com a diretriz de “alguns direitos reservados”, focando mais em garantir direitos a quem produz do que em estabelecer critérios com vistas à geração e à preservação do bem comum, como propõe a GPL³. Na verdade, esta licença tem uma inspiração liberal: seu objetivo é fornecer um leque de opções ao criador sobre como quer que sua obra circule. Em alguns casos, especialmente quando não obriga a manutenção da mesma licença, chega a permitir a apropriação privada de obras derivadas - ao contrário da licença GPL, que estabelece limites e liberdades para garantir que as produções derivadas permaneçam como um patrimônio comum. Talvez por isso mesmo, por sua flexibilidade e por não representar uma subversão ao *modus operandi* da produção corporativa proprietária, a CC tenha se tornado tão disseminada, com usos nas mais diversas áreas.

Por outro lado, a licença GPL foi concebida para ser aplicada na produção do *software* livre (e para programadores que trabalham sobre códigos), mas não é tão adequada à produção artística, que tem outra dinâmica. Por exemplo, a GPL permite que as obras derivadas tenham destinação comercial, sem necessariamente reverter em remuneração financeira para o criador da obra original. O importante é que o código-fonte permaneça aberto. Para os programadores isso pode ser interessante, já que sua lógica de retribuição é outra: o sucesso de seus programas pode lhe render grande reputação no meio, destacando-o na comunidade, e gerar oportunidades de trabalho na forma de prestação de serviço. O mesmo não acontece, no entanto, com a produção artística. Ao publicar um livro, por exemplo, e liberar cópias para uso comercial, corre-se o risco de ter a obra apropriada por uma editora privada, sem nenhuma contrapartida para o autor.

Uma das iniciativas com o objetivo de aproximar o conceito *copyleft* da criação artística é a Licença Arte Livre (*Licence Art Libre*). A proposta concebida pelo grupo francês *Copyleft Attitude* em 2000 incentiva a ampla circulação dos bens intelectuais, permitindo o compartilhamento e a transformação das obras a fim de intensificar as possibilidades de criação com ênfase na preservação do patrimônio comum, tendo como princípios a liberdade para usar, copiar, compartilhar, transformar, e a proibição da apropriação exclusiva⁴.

Existem ainda outras licenças lançadas com o objetivo de atender a um espectro mais amplo de áreas produtivas, oferecendo também alternativa às restrições da propriedade intelectual, mas com especial atenção ao fortalecimento do bem comum. São as licenças chamadas *copyfarleft*⁵, que estabelecem regras diferentes para aqueles inseridos na produção coletiva e colaborativa e para os agentes privados. Um exemplo é a *Peer Production License*⁶, na qual apenas pessoas envolvidas em projetos colaborativos, cooperativas e entidades sem fins lucrativos podem compartilhar e adaptar a produção, até mesmo para uso comercial, devendo manter a mesma licença em todas as obras derivadas. No entanto, essas permissões são vedadas a entidades comerciais privadas.

Como vimos, a primeira concepção de licença alternativa proposta por Stallman abriu a possibilidade de um questionamento prático das leis de direito autoral. Muitas outras licenças têm sido criadas desde então, como uma tentativa de adaptação aos novos tempos de produção colaborativa com ampla circulação de bens imateriais. Algumas dessas propostas talvez não tenham ainda aplicação suficientemente disseminada, mas contribuem para trazer à reflexão os temas do fazer coletivo, os parâmetros para sua circulação e a valorização do bem comum. Em diferentes formatos e especificações, os licenciamentos alternativos oferecem uma ampla gama de opções à disposição dos mais variados projetos nos quais se queira definir o tratamento da gestão de direitos de bens intelectuais para além da legislação vigente. Por isso mesmo, têm sido empregados em várias áreas de produção, desde *softwares* e obras artísticas, até publicações editoriais e pesquisas científicas⁷.

Considerações finais

Ao analisarmos a historicidade das noções de autoria e de propriedade intelectual, podemos perceber os desafios que enfrentamos na atualidade, já que os parâmetros que estabeleceram essas noções nos séculos XVIII e XIX não dão mais conta das dinâmicas produtivas do século XXI. Vivemos, portanto, num impasse em que os marcos regulatórios relativos à gestão de bens intelectuais em vigor vão de encontro às práticas de criação compartilhada amplamente disseminadas pelas redes, na qual conteúdos culturais já existentes podem ser apropriados para a produção de novas obras.

Enquanto a sociedade não chega a um consenso sobre a revisão da legislação vigente, ativistas de diversas áreas, como programadores e artistas, estão propondo soluções práticas através de licenças alternativas que materializam uma nova visão de autoria e de gerenciamento de direitos de obras intelectuais, que vão além da concepção que toma o indivíduo como elemento central do processo criativo. Com diferentes visões políticas – mais liberais, como o *Creative Commons*; ou mais à esquerda, como os modelos *copyfarleft* – tais licenciamentos estão viabilizando a existência de novos modelos de produção autoral através das redes eletrônicas, na medida em que garantem a ampla circulação de dados necessária à sua reprodução. Mais ainda, demonstram concretamente a possibilidade de adoção de outros parâmetros para a regulação da circulação dos bens intelectuais, valorizando o interesse coletivo e relativizando o individual, ao preconizar critérios para o fortalecimento do bem comum.

Referências bibliográficas

- BARTHES, Roland. A morte do autor. In: _____. *O rumor da língua*. 2ª ed. Tradução Mario Laranjeira. São Paulo: Martins Fontes, 2004, p. 57-64.
- BENNETT, Andrew. *The author*. New York: Routledge, 2005.
- BURKE, Sean. Reconstructing the author. In: _____. *Authorship: from Plato to the postmodern*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1995, xv-xxx.
- FOUCAULT, Michel. *O que é um autor?*. 6ª ed. Tradução António Fernando Cascais e Eduardo Cordeiro. Lisboa: Passagens, 2006.
- FERNANDES, Noélia M. *A autoria e o hipertexto*. Coimbra: Minerva, 2003.
- LIANG, Lawrence. A brief history of the Internet from the 15th to the 18th century. In: LOVINK, Geert; TKACZ, Nathaniel (Ed.). *Critical point of view - A Wikipedia reader*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011, p. 50-62.
- WOODMANSEE, Martha. *The author, art, and the market – Rereading the History of aesthetics*. New York: Columbia University, 1994.

Notas

1. Dados relativos a abril de 2013.
2. A tradução é nossa: “each individual has his own thought processes, his own way of forming concepts and connecting them. [...] All that we think we must think according to the analogy of our other habits of thought; and solely through reworking new thoughts after the analogy of our habitual thought processes do we make them our own. [...]Hence, each writer must give his thoughts a certain form, and he can give them no other form than his own because he has no other. But neither can he be willing to hand over this form in making his thoughts public, for no one can appropriate his thoughts without thereby altering their form. This latter thus remains forever his exclusive property”.
3. Para uma crítica da licença Creative Commons, cf CRAMER, Florian. “O mal-entendido do Creative Commons”. In: TARIN, Bruno; BELISÁRIO, Adriano (Org.) Copyfight – Pirataria e Cultura Livre. RJ: Azougue, 2012, pp. 177-185.
4. Uma versão da Licença Arte Livre em português pode ser encontrada aqui <http://artlibre.org/licence/lal/pt> . Acesso em: 29 abr. 2013.
5. Sobre licenças *copyfarleft*, conferir KLEINER, Dmytri. “Copyfarleft e Copyjustright”. In: TARIN, Bruno; BELISÁRIO, Adriano (Org.) Copyfight – Pirataria e Cultura Livre. Rio de Janeiro: Azougue, 2012, p. 167-176.
6. Uma cópia desta licença se encontra disponível em: <http://p2pfoundation.net/Peer_Production_License>. Acesso em: 29 abr. 2013.
7. O projeto Synaptic Leap, que pesquisa doenças tropicais negligenciadas, registra seus dados sob a licença *Creative Commons Attribution 2.5* (que permite compartilhar, remixar, comercializar, mas sempre com a atribuição de autoria), o que mostra a utilidade deste tipo de licença também para a área científica. Mais informações em <<http://www.thesynapticleap.org/>>. Acesso em: 29 abr. 2013

Dois documentários e uma tese: rupturas no campo da produção e do consumo cultural

*Two documentaries and a thesis: ruptures in the field of
cultural production and consumption*

Daniela Zanetti | Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da (UFES), doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Resumo

A partir da análise de dois documentários que tratam sobre o direito autoral e propriedade intelectual no contexto da cibercultura, o artigo coloca em evidência a disputa entre duas concepções de criação artística e de consumo cultural a partir do estabelecimento da cultura remix e da cultura do compartilhamento na Web.

Palavras-Chave: Documentário, cultura remix, campo cultural.

Abstract

From the analysis of two documentaries that deal with copyright and intellectual property in the context of cyberculture, the article highlights the struggle between two conceptions of artistic creation and cultural consumption from the establishment of remix culture and the culture of sharing on the Web.

Keywords: Documentary, remix culture, cultural field.

Cultura remix e compartilhamento na base da produção e do consumo cultural

O amplo debate sobre direitos autorais e propriedade intelectual no campo cultural, a “cultura remix” (LEMOS, 2005; BASTOS, 2007) e a produção de trabalhos artísticos colaborativos e/ou baseados na cópia, na remixagem, na apropriação, no *sampler* e no compartilhamento, que se ampliou e se evidenciou com o advento da cultura digital, tornou-se também tema de diversas obras audiovisuais, incluindo documentários. Trata-se de um discurso que se manifesta hoje de modo bastante enfático através dos próprios produtos culturais e suas formas de veiculação. O debate fortemente presente no início do século XXI em torno das consequências do compartilhamento *online* para os modos de consumo de músicas (CASTRO, 2005; 2006) e de obras audiovisuais, e sua consequente interferência na lógica de funcionamento das indústrias fonográfica e cinematográfica, traz à tona outro fenômeno que tem gerado debates em torno das formas de criação (ou de recriação) de objetos culturais. As trocas de músicas, vídeos e dos mais variados tipos de imagens são uma das práticas iniciais do processo de recriação artística contemporânea, que muitas vezes se utiliza dessa fragmentação imagética e informacional disponível na rede. Isso se deve, em parte, à segunda geração da Internet – a Web 2.0 – que se caracteriza, entre outros aspectos, por trazer uma nova arquitetura que possibilita aos usuários não apenas ter acesso a músicas, filmes, vídeos, imagens e textos, mas essencialmente produzi-los, redistribuí-los, avaliá-los, categorizá-los e recriá-los, de modo mais rápido e fácil (THOMPSON, 2008). Ampliando essas possibilidades, a cultura da convergência também transforma os processos de criação artística, consumo e agenciamento cultural, uma vez que desloca e fragmenta os centros de produção, considerando, por exemplo, o modo como se constituem as narrativas transmidiáticas (JENKINS, 2008).

Esse fenômeno também é base fundamental de um discurso que constitui uma das facetas do ciberativismo, qual seja a defesa do *copyleft* e novas formas de produção e distribuição de objetos culturais, em especial músicas, imagens e vídeos, que estão entre os principais tipos de conteúdo cultural e artístico que mais circulam na Web. No campo do audiovisual, além das obras de arte em si (virtuais, digitais, interativas), o documentário tem sido utilizado para compor narrativas em defesa de um discurso de redefinição das novas formas de produção artística e cultural. Diante deste cenário, este artigo examina dois documentários que discutem, a partir de estratégias distintas, o tema dos direitos autorais e da propriedade intelectual na contemporaneidade: *A Remix Manifesto* (2009) e *Copiad, malditos!* (2011), que trazem como tema o debate sobre direitos autorais e propriedade intelectual no campo da cultura a partir do advento das mídias digitais. Enquanto o primeiro explora mais o universo da produção musical, o segundo se dedica a refletir sobre a produção audiovisual.

A escolha desses dois filmes levou em consideração algumas semelhanças entre eles, como o fato da própria obra servir de experimentação para a defesa do argumento principal (qual seja o questionamento da lógica dominante do *copyright* frente às mudanças promovidas pela cultura digital) e de terem sido disponibilizados no YouTube.

Parte-se de uma reflexão sobre a maneira como o discurso de legitimação das atuais práticas de criação artística e cultural se efetiva – apresentando-se como sendo assumidamente resultado da apropriação de outras obras e de sua livre circulação – o que contribui para a emergência de uma concepção de criação artística que relativiza a figura do autor, alterando as crenças já estabelecidas no campo artístico. Para tanto, utiliza-se o conceito de campo de Pierre Bourdieu (1990, 1996). Em seguida, apresenta-se uma breve análise dos dois documentários que compõem o objeto empírico. Objetiva-se com isso colocar em evidência a disputa entre concepções de criação artística no campo da música e do audiovisual e como este tema é transformado em tese nos filmes examinados. Parte-se do princípio de que há um embate discursivo que coloca em xeque visões geralmente antagônicas do processo artístico: uma que considera o fazer artístico fundamentado na originalidade e na autenticidade, e outro que se assume como fruto de um processo de permanente intertextualidade, de apropriações de remixagens e também baseado em processos colaborativos.

Toma-se como pressuposto ainda a hibridização entre as artes e as comunicações, tanto no sentido da essência constitutiva dos produtos digitais (MANOVICH, 2001; SANTAELLA, 2003), quanto no sentido de que “os produtos da criação artística e da criação midiática não são mais tão facilmente distinguidos com clareza” (MACHADO, 2007, p. 23) – sem, todavia, desconsiderar as delimitações desses dois campos. Essa hibridização decorre do fato do computador carregar a “contradição de aparecer como uma mídia única, sintetizadora de todas as demais” (MACHADO, 2007, p. 73). Uma das marcas da comunicação na atualidade é seu caráter híbrido e hipermidiático. Disso resulta o surgimento de narrativas múltiplas que circulam e atravessam uma série de produtos responsáveis pela cultura visual e informacional contemporânea (Manovich, 2001). Desse modo, o que se pretende não é se fixar no caráter artístico ou não dos materiais em circulação na Internet, mas sim na sua condição de conteúdo artístico transformado em objeto cultural circulante, considerando que o princípio que rege a cibercultura, segundo Lemos (2005), é a remixagem: “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação a partir das tecnologias digitais” (LE MOS, 2005, p.1). Para Lemos, estão surgindo novos critérios de criação, criatividade e obra, que consolidam a cultura remix. Por remix, compreendem-se as “possibilidades de apropriação, desvios e criação livre (...) a partir de outros formatos, modalidades ou tecnologias, potencializados pelas características das ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea” (2005, p. 2). Mais especificamente vinculado ao campo da criação artística, o conceito de remix se refere às “práticas

em que a produção de sentido resulta da combinação de fragmentos” (BASTOS, 2007, p. 27), o que caracteriza a cultura contemporânea, e está associado à “forma mais contemporânea de polifonia e, por se tratar de processo possível apenas em mídias eletrônicas e digitais, é mais fluído” (*id. ibid.*, p. 28).

É nesse contexto que se estabelece uma ruptura não somente com relação aos modos tradicionais de feitura das obras, mas também com relação à estrutura dos campos na qual estão inseridas, considerando a existência de uma disputa por legitimação de novas formas de criação cultural e artística baseadas na cultura remix. Um dos instrumentos de legitimação de diversas práticas sociais que caracterizam a cultura digital – e que muitas vezes funciona também como uma espécie de manifesto – é a produção de materiais audiovisuais, exemplificados pelas duas obras estudadas.

O campo como lugar de disputas simbólicas

A teoria dos campos tem como gênese as análises sociológicas empreendidas por Bourdieu a respeito dos campos literário e artístico, tendo como objetivo, entre outros aspectos, descrever e definir de que forma se revestem os mecanismos e os conceitos gerais de cada campo, objetivando compreender sua constituição e o que configura suas crenças internas e os mecanismos que lhe dão sustentação, o jogo de linguagem que o caracteriza e os aspectos materiais e simbólicos em evidência.

Em *As regras da Arte*, Bourdieu defende que as instâncias de produção das obras literárias são passíveis de serem analisadas do ponto de vista sociológico, havendo, portanto, a possibilidade de se “compreender a gênese social do campo literário, da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que aí se joga, dos interesses e das apostas materiais ou simbólicas que aí se engendram” (BOURDIEU, 1996:15). Para dar sustentação à sua teoria, o autor elabora o conceito de campo social.

O campo é entendido como “o espaço das relações de força entre agentes ou instituições que têm em comum possuir o capital necessário para ocupar posições dominantes nos diferentes campos” (BOURDIEU, 1996, p. 244). É o espaço estruturado de posições e suas inter-relações, que são determinadas pela distribuição de diferentes tipos de recursos ou capitais, espécie de “poderes sociais” adquiridos. Os capitais fundamentais são o econômico, o cultural e o simbólico, sendo que o simbólico é a “forma de que se revestem as diferentes espécies de capital quando percebidas e reconhecidas como legítimas” (BOURDIEU, 1990, p. 154). A partir da noção de capital, revela-se uma ambiguidade característica do universo da arte e que explicaria o modo como se dão os processos de entrada ou inclusão de novos atores no campo, que é, portanto, o lugar de embate de forças, de lutas simbólicas, entre os que possuem determinados tipos de capital (social, econômico, cultural). A noção de campo neste estudo ajuda a compreender como as culturas do remix e do compartilhamento no contexto da cultura digital representa um conjunto de saberes e práticas sociais (capitais cultural e social) que vai aos poucos

favorecendo as rupturas e as disputas por legitimidade nos processos de criação artística, colocando de um lado os agentes e as instituições tradicionais e, de outro, os novos agentes filiados à “vanguarda digital”.

Cada campo possui uma forma particular de regulação das práticas e das representações que impõe, e oferece aos agentes “uma forma legítima de realização de seus desejos, baseada em uma forma particular de *illusio*” (BOURDIEU, 1996, p. 259). A *illusio*, que possibilita a organização interna do campo, se caracteriza por ser um conjunto de crenças partilhadas pelos seus agentes. É a identificação de tais crenças que se objetiva com a análise dos documentários em foco, pois parte-se do pressuposto de que o argumento que defendem contribuem para disseminar novas concepções a respeito dos processos criativos e, assim, acirrar as disputas no campo da produção artística e do consumo cultural.

O documentário como organização discursiva

Segundo Nichols (1991), como qualquer outro discurso do real, o documentário conserva um vestígio de responsabilidade em descrever e interpretar o mundo da experiência coletiva. A idéia é alcançar, dominar um argumento em relação ao mundo histórico. Nesse processo, sons e imagens criam um vínculo com o mundo que compartilhamos. Os documentários, assim como as ficções, também fazem uso de recursos e programas de efeitos específicos para se garantir uma linha narrativa coerente e a atenção do público, mas a partir de uma lógica distinta: enquanto no documentário a narrativa se desenvolve no sentido de sustentar um argumento em relação ao mundo real, na ficção a narrativa está atrelada à configuração espaço-temporal da trama. (NICHOLS, 1991; 2005; RAMOS, 2008). O papel do documentário é fazer asserções, construir argumentos e pontos de vista sobre este mundo sócio-histórico e, para tanto, também utiliza cenários e personagens, ainda que estes pertençam a uma dimensão do mundo concreto. Os personagens são tratados como atores sociais. Contrariando a crença no predomínio dos “acazos” em documentários, este gênero normalmente envolve algum tipo de encenação, que pode ser: i) totalmente construída “artificialmente” e descolada do espaço fílmico; ii) realizada no mesmo espaço da locação e articulada com o sistema que rege o contexto retratado, mas dedicada a absorver a indeterminação oferecida pelas circunstâncias; iii) ou ainda baseada numa completa integração entre o espaço fora-de-campo e o espaço fílmico, a partir da qual (re)constrói atitudes dos atores sociais retratados condizentes com seus comportamentos cotidianos e habituais (RAMOS, 2008). No caso dos documentários analisados, espaço fílmico e espaço extra-diegético estão integrados: busca-se retratar as ações e os processos nos quais os próprios realizadores estão envolvidos, e que estão relacionados com seus posicionamentos frente à questão central em jogo, qual seja a produção e o consumo de bens culturais no contexto da cultura digital.

O cinema documentário obtém uma forma de continuidade específica a partir da própria história do mundo real. “As situações estão relacionadas no tempo e no espaço em virtude não da montagem, mas de suas ligações reais, históricas” (NICHOLS, 2005:56). O documentário, antes de tudo,

é definido pela intenção social do autor, que se manifesta nos elementos de indexação na escrita do filme (RAMOS, 2008), e seu ponto de vista tem relação direta com a voz que emerge da obra. O texto é o material fílmico em si, e diz respeito aos modos de representação que, em última instância, são formas de organização dos textos em relação a certas características recorrentes ou convenções. Um modo de representação envolve, por exemplo, questões de autoridade e de credibilidade do discurso. Segundo Nichols (1991), elementos de narrativa, como uma forma particular de discurso, e aspectos do realismo, como um estilo representacional, informam a lógica do documentário e a economia do texto. Com relação ao espectador, o tipo de envolvimento é distinto, pois ao assistir um documentário o espectador pressupõe ser capaz tanto de crer no vínculo indexador entre o que está sendo visto e o que ocorreu diante da câmera, como de avaliar as intervenções poéticas ou retóricas sobre essa representação da realidade a partir da perspectiva adotada na obra.

Como será visto, os documentários em foco se utilizam de diferentes estratégias narrativas para tratarem de um tema semelhante. Enquanto *Rip, a remix manifesto* faz amplo uso de imagens de diferentes tipos e origens, combinadas de modo a dar sentido a um discurso de defesa da cultura remix – que é aplicada na própria construção da obra –, *Copiad Malditos!* possui uma narrativa mais linear e dispositivos que proporcionam maior didatismo, considerando que seus realizadores querem demonstrar uma tese a partir do desafio colocado na própria instância de produção. Em comum, trazem fortes características dos chamados documentários expositivos, enfatizando a impressão de objetividade e de argumento bem embasado. Por isso, dependem muito de uma “lógica informativa transmitida verbalmente” e as imagens em geral “ilustram, esclarecem, evocam ou contrapõem o que é dito” (NICHOLS, 2005:143).

Manifesto e demonstração

O tom abertamente político e panfletário, com discursos de ataque às regras de *copyright*, é a marca de *RIP! A Remix Manifesto* (2009, 86 minutos)¹, do documentarista e web-ativista canadense Brett Gaylor. O filme se baseia na tese do remix como instrumento revolucionário no campo da produção cultural, defendendo a ideia de que “a produção do novo se faz a partir do velho”. Para ilustrar essa ideia, o diretor do filme usa como ponto de partida a atuação do artista Girl Talk, músico norte-americano que se tornou famoso no começo dos anos 2000 pela criação de *samplers* e *mashups* (músicas produzidas a partir de fragmentos de outras músicas). Girl Talk – que o narrador-diretor chama de seu “artista favorito” – é o exemplo concreto utilizado para dar início à questão central do documentário: a crítica ao sistema de controle do consumo de bens culturais, em especial obras musicais, no contexto da cultura digital. Como aponta o título, o documentário toma a forma de um manifesto, sendo que a narrativa é organizada a partir dos quatro princípios que regem o “manifesto da remixagem”: 1) A cultura sempre se constrói

baseada no passado; 2) o passado sempre tenta controlar o futuro; 3) o futuro está se tornando menos livre; e 4) para construir sociedades livres é preciso limitar o controle do passado.

Nesta obra, a voz *over* é uma constante e mantém o viés retórico na maior parte do tempo. É sabido que, muito embora nem sempre a voz *over* condutora, ou do narrador, coincida com a voz do autor/diretor da obra, neste filme pode-se afirmar que a figura do narrador coincide com a do diretor, que também aparece em algumas cenas atuando como agente inserido no contexto histórico, personagem também afetado por esse contexto, algumas vezes explicitando parte do processo de produção de seu documentário. Numa das sequências, Brett Gaylor conversa com uma especialista em registro de *copyrights* e pergunta se ela quer ver como se faz um mashup. Com um laptop, Gaylor mostra a ela um vídeo de Girl Talk manipulando um programa de computador para produzir músicas a partir de fragmentos de outras. Em outro momento, explica a um advogado militante, favorável à flexibilização das leis de *copyright*, quais suas intenções com o documentário e como pretendia reunir fragmentos de sons e imagens de terceiros para compô-lo. Mas a voz do narrador-diretor não se mantém presente ao longo de toda a obra. Devido à própria natureza estética do documentário, que se caracteriza pela colagem de imagens e sons provenientes de diversas fontes – material de arquivo, da Internet, etc. – em diversos momentos a voz *over* não coincide com a do narrador. Contudo, não se deve confundir essa “voz” concreta, audível, com a chamada “voz do documentário” que, em síntese, representa a maneira de “expressar um argumento ou uma perspectiva” (NICHOLS, 2005, p. 73).

A introdução do filme, de quase cinco minutos, traz nas primeiras imagens, a inserção de grafismos típicos de uma interface gráfica de computador, que interagem com os créditos da obra. As imagens da sequência inicial mostram trechos de disputados shows de Girl Talk que, no palco, se apresenta apenas manipulando um computador. O narrador-diretor, em voz *over*, diz que Girl Talk é seu artista preferido: “As notas que ele toca vêm de milhares de clássicos do rock, cortados e rearranjados para criar músicas novas”. Em seguida, o próprio Girl Talk dá um depoimento sobre seu trabalho, questionando a forma como os artistas do mundo pop e suas músicas são tratados como objetos “intocáveis”, e que a possibilidade de manipular esses clássicos do mundo pop corresponderia a uma atitude transgressora.

O narrador-diretor retoma sua fala:

Não estamos discutindo se a música é original ou não. Este não é o ponto, pois as regras deste jogo não dependem de quem a compôs, mas de quem detém os direitos autorais.(...) O fato de haver pessoas chamando meu artista preferido de criminoso foi exatamente a razão que me levou a fazer este filme. Este filme é sobre uma guerra. Uma guerra pelas ideias. O campo de batalha é a Internet. E eu levo para o lado pessoal, pois nasci junto com a Internet. (RIP! A Remix Manifesto, 2009).

Pela voz de condução do documentário, as referências a esta nova forma de criação musical são sempre relacionadas a um ato subversivo: “As margens estéticas e ilegais da música”, “downloads ilegais”, “furtos de sons”. A partir disso, são criadas as bases para a caracterização de um cenário no qual se desenrola uma batalha por modos de criação e legitimação artística. A partir da voz do narrador-diretor, o documentário assume uma posição ao mesmo tempo de defesa de uma determinada atitude “subversiva” no campo da arte e da produção cultural, e de ataque a seus “inimigos”, de clara oposição aos “outros”, aqueles que representam o passado, ou seja, as “pessoas que possuem a cultura que remixamos”, que “não enxergam a grande biblioteca, a via expressa da informação”, e para quem “ideias são propriedade intelectual”. O narrador enfatiza que desse lado está o *copyright*, em oposição aos que estão do outro lado e que querem “compartilhar ideias”, os que representam o *copyleft*, aqueles que “acreditam que o domínio público deve ser protegido para garantir a troca de ideias e o futuro da arte e da cultura”. Em seguida, o diretor do filme, Brett Gaylor, mantendo a voz *over*, afirma que viajou o mundo para encontrar esses representantes da cultura *copyleft* e que, juntos, elaboraram o “manifesto da remixagem”. Ao longo de toda a narrativa, o diretor tenta provar que a criação a partir da cópia pode ser legítima, apresentando casos bem-sucedidos de iniciativas – inclusive no Brasil – de ruptura com o sistema de *copyright*.

Além de entrevistas e depoimentos, o documentário é, em grande parte, composto por um conjunto de imagens dos mais variados estilos e origens: trechos de programas de TV, noticiários, filmes, videoclipes, vídeos da Internet, além de fotografias e animações. Em geral, essas sequências servem de base e de aparato imagético para dar sustentação à perspectiva da obra. Embora *Girl Talk* seja o artista-ícone escolhido como protagonista inicial do documentário, *Rip! A Remix Manifesto* é centrado na figura de seu diretor que, ao defender a tese da remixagem na produção cultural contemporânea, aponta para uma disputa de forças no campo artístico.

A realização de um documentário e sua posterior exibição e veiculação na Internet utilizando uma licença *copyleft* é o mote da obra *¡Copiad, malditos!* (2011, 57 minutos), do espanhol Stéphane Grueso. É o primeiro documentário exibido pela RTVE (Radio y Televisión Española) com licença *Creative Commons* e, por isso, está disponível para download² ou pode ser assistido integralmente no Youtube³. O filme trata das questões morais e éticas que envolvem o debate da propriedade intelectual na atualidade e a sua relação com a cultura digital, enfatizando as diferenças entre os conceitos de *copyright* e *copyleft*.

Trata-se de um documentário com viés didático, que cumpre dois objetivos: i) expor uma tese – a de que o tema do direito autoral e da propriedade intelectual permeiam o contexto da cultura digital e, portanto, dizem respeito a todos de modo geral, havendo a necessidade de repensar novos modelos de negócio para os objetos culturais na contemporaneidade –, e ii) apresentar o processo de produção do próprio documentário a partir dessas questões, na tentativa de atribuí-lo uma licença *copyleft* e disponibilizá-lo na Web. Ao

longo da narrativa, o diretor também é um dos protagonistas. Ele aparece em várias cenas entrevistando especialistas sobre o tema, além de ser também o narrador, que ao longo do vídeo vai relatando os passos seguidos pela equipe para a realização do documentário e para tentar descobrir a melhor maneira de licenciar a própria obra em processo.

Na introdução do filme, são inseridos fragmentos de alguns depoimentos de especialistas no assunto, já anunciando o conflito que marcará a narrativa: “Creio que copiar significa não ter imaginação”; “Copiar é o contrário de criar”; “Para mim, copiar é multiplicar, e copiar é bom”; “Para mim, copiar significa a gênese da criação”. Dentre os entrevistados, estão representantes institucionais, profissionais do mercado, escritores, advogados, ativistas.

Na sequência seguinte, o cenário passa a ser a pequena cidade de Montijo, no interior da Espanha, que servirá como exemplo de “espaço de resistência” frente às tentativas da SGAE (uma instituição que corresponderia à ECAD no Brasil) de controlar as emissões musicais em ambientes públicos em defesa dos direitos autorais dos artistas. Para ilustrar a ação da SGAE, são exibidos depoimentos de proprietários de estabelecimentos comerciais da região que já haviam recebido comunicados da organização alertando sobre a veiculação pública irregular de músicas nesses espaços.

Em voz *off*, o diretor Stéphane Grueso dá início a sua argumentação: “Está claro que a propriedade intelectual e os direitos de autor estão presentes em nosso cotidiano”. Em seguida, Grueso aparece em uma sala, ao lado de uma mesa com computadores, explicitando os objetivos de seu trabalho: “Nosso projeto consta deste documentário e de um blog, onde vamos narrar o desenvolvimento da produção e colocar as entrevistas na íntegra”. A ideia, segundo o diretor, é tentar lançar o documentário com uma licença distinta de *copyright*, de modo que seja permitido lançar o filme na Internet para ser assistido, compartilhado e baixado livremente. Ele diz, por fim: “Vamos ver se conseguimos”.

No que se poderia chamar de segunda parte do filme, é inserida uma animação que explica ao espectador o conceito de propriedade intelectual, de direitos do autor e de *copyright*, suas origens e transformações ao longo da história. Mostra também como foi sendo ampliada a duração de *copyright* na medida em que foram surgindo novos meios de comunicação massivos e dispositivos de reprodutibilidade técnica de bens culturais. A animação apenas ilustra o que a voz *over* vai pontuando. Somente na última afirmativa, nota-se um claro posicionamento do documentário ao estabelecer um vínculo entre a última ampliação do período de *copyright*, de 1998, e o momento em que o personagem Mickey Mouse, da Walt Disney, passaria para o domínio público. A voz *over* se refere a ele como “un conocido ratón estadounidense”.

Na passagem para a sequência seguinte, a imagem de um trem cruzando a paisagem e a fachada de uma universidade ilustra a ida do diretor a Barcelona, onde irá entrevistar o professor Ignasi Labastida, um dos representantes do *Creative Commons* na Espanha. Ele irá explicar os distintos

tipos de licença que existem de modo a ajudar o diretor a escolher a licença mais adequada para seu filme. De volta a Madri, o diretor se encontra com um advogado especialista em propriedade intelectual, que lhe explica, desenhando um diagrama, quais os distintos tipos de direitos existentes numa produção audiovisual e o que é preciso fazer para torná-la disponível na Internet. Esmiuçando as várias partes do diagrama, o diretor do filme se vê diante de um desafio, pois percebe que para conseguir sua licença *Creative Commons* precisará cumprir certas exigências, entre as quais conseguir a permissão do uso de imagem de todos os entrevistados e também um acordo com a emissora, produtores e proprietários do documentário. Na parte seguinte, a voz *over* do narrador-diretor apresenta o cenário comunicacional atual e o aumento das práticas de troca de arquivos na rede, a pirataria e o surgimento de novos negócios para a comercialização de artefatos culturais, afirmando ainda que o cinema é o setor mais afetado por este fenômeno. Em várias passagens, a narração explica os passos da produção do documentário e a negociação com diferentes agentes envolvidos no processo.

Na última parte do documentário, há novamente uma sucessão de opiniões de especialistas que se contrapõem em relação ao modo como a Internet alterou o consumo de bens simbólicos. Mas o desfecho é dado pelo diretor, que continua conduzindo a voz da narrativa. Ele aparece no vídeo em seguida, em plano médio, informando que o objetivo da equipe foi atingido e que de acordo com a RTVE o filme será licenciado com *Creative Commons* e, portanto, disponibilizado na Internet, onde poderá inclusive ser baixado e compartilhado. Grueso enfatiza que, “neste momento e neste caso”, a opção por este tipo de licenciamento foi muito mais pertinente do que proteger o filme com o *copyright*. Sua fala se mantém em voz *off* – de fundo, são exibidas imagens de pessoas numa livraria – defendendo a ideia de que sempre haverá um autor e um expectador e que a cultura manterá sua dinâmica de funcionamento, mas que as leis de propriedade intelectual devem se tornar mais flexíveis e se atualizarem com o tempo: “As chamadas indústria culturais e os intermediários estão se alterando ao longo da história, e agora com a Internet, realizam uma nova revolução. Temos que entender que as coisas podem mudar, decrescer, evoluir e inclusive desaparecer. E isso não é algo necessariamente mal”, conclui.

Copiad Malditos! se caracteriza por alguns elementos que contribuem para enfatizar a impressão de objetividade: um conjunto de entrevistas com especialistas; comentários do narrador-diretor, que são direcionados ao espectador; em geral, imagens que ilustram o que está sendo falado; animações explicativas; e um tipo de edição que privilegia a continuidade retórica. Com base nessa estrutura, o documentário reúne depoimentos bastante favoráveis a uma readequação das leis de direitos autorais e de propriedade intelectual, colocando em evidência não somente a fala de especialistas, mas também iniciativas bem-sucedidas – inclusive de mercado – que procuram se adequar às transformações das formas de produção e consumo de obras culturais. Os depoimentos que de certo modo defendem posicionamentos contrários a uma mudança nas regras atuais, servem não

somente como contraponto, mas também revelam as barreiras econômicas e institucionais que não podem ser eliminadas tão facilmente, ou tão rapidamente, como desejam os mais entusiastas.

No que se refere à forma, em comum esses dois filmes trazem animações explicativas, condução por meio da voz do narrador-diretor, referência aos objetivos e aos processos de produção dos próprios documentários, entrevistas com especialistas e a utilização de plataformas *online* como ferramenta auxiliar na produção. Na dimensão discursiva, outro aspecto encontrado nos dois documentários é o estabelecimento de uma clara oposição entre defensores de uma nova concepção de arte e de produção cultural, e uma estrutura formal vigente que prescreve normas e constrangimento aos processos de criação, produção e consumo de objetos artísticos e culturais na contemporaneidade.

A cibercultura remix como desencadeadora de disputas no campo cultural

É notória a tentativa dos realizadores dessas duas narrativas audiovisuais de aplicar às obras aspectos que ilustrem o discurso no qual se baseiam, salientando a confluência entre as dimensões inerentes à obra, suas condições de produção e o contexto no qual são criadas.

Considerando que o campo é o lugar de embate de forças, de lutas simbólicas, entre os que possuem determinados tipos de capital, pode-se concluir o quanto a emergência de novas tecnologias de comunicação e informação possibilitaram a efetivação de um discurso duplo sobre divisões simbólicas: i) um que exalta a convergência entre as artes e as mídias de comunicação, eliminando as fronteiras entre esses dois campos sociais e rearranjando elementos tradicionalmente distintivos de objetos artísticos e midiáticos; ii) e outro que cria um abismo entre dois subcampos do campo artístico e cultural, estabelecendo relações de confronto entre um modelo “antigo” de criar e produzir objetos culturais e um modelo “novo”, baseado na defesa das reapropriações e do *remix* no processo criativo. Nesse lugar, os agentes que detêm um tipo de capital simbólico – social e cultural – calcado nas novas tecnologias não somente têm a possibilidade de criar suas próprias obras a partir desse “novo” modelo – mais “livre”, desvinculado das estruturas de poder e desapegado do capital econômico – , como também de criar outros espaços e mecanismos de reconhecimento e de consagração no campo artístico, estimulando inclusive o surgimento de novos públicos.

Como afirma Bourdieu em relação às lutas no campo das artes pela imposição “das categorias de percepção e de apreciação legítimas” (1996, p. 181), trata-se de uma disputa “entre os dominantes que pactuam com a continuidade, a identidade, a reprodução, e os dominados, os recém-chegados, que tem interesse na descontinuidade, na ruptura, na diferença, na revolução”. Desse modo, “*marcar época* é, inseparavelmente, fazer existir uma nova posição para além das posições estabelecidas, na *dianteira* dessas posições, na *vanguarda*” (*id. ibid.*, 181). A história do campo é produzida a partir de suas

lutas internas. É o enfrentamento estabelecido frente à primazia das formas tradicionais de reconhecimento e de consagração – que, em geral, possuem seus instrumentos de legitimação já associados às regras asseguradas pela lógica das instituições (em específico, o mercado de artes e as indústrias culturais). É nesse sentido que se faz necessária a produção e disseminação de uma *illusio*, por parte dos agentes novatos no campo (e que passam a ser reconhecidos como precursores e legitimados como porta-vozes de um novo movimento), baseada no valor da recriação a partir do que já existe como forma de legitimação de novos processos de criação e de consumo no campo cultural. Nesse contexto, os documentários, ao defenderem uma tese usando o próprio processo de criação como argumento, funcionam como instrumento de fortalecimento de uma *illusio* necessária às novas configurações do campo.

Referências bibliográficas

- BASTOS, Marcus. Remix como polifonia e agenciamentos coletivos. In: MARTINS, Camila D.; SILVA, Daniela C.; MOTTA, Renata (Orgs.) *Territórios recombinaentes. Arte e tecnologia - Debates e laboratórios*. Cadernos Instituto Sergio Motta 13, Coleção Cultural. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007. Disponível em: http://www.premiosergiomotta.org.br/diversos/d_550
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo, Brasiliense: 1990.
- CASTRO, Gisela G. S. Pirataria na Música Digital: Internet, direito autoral e novas práticas de consumo. In: UNIrevista. Vol. 1, nº 3, 2006. Disponível em http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Castro.PDF
- CASTRO, Gisela. Para pensar o consumo da música digital. In: *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, nº 28, dezembro 2005. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/448/375>
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEMOS, André. *Ciber-cultura-remix*. Artigo apresentado no seminário “Sentidos e Processos” dentro da mostra “Cinético Digital”, no Centro Itaú Cultural. São Paulo, Itaú Cultural, agosto de 2005. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>
- MACHADO, Arlindo. *Arte e mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.
- MANOVICH, Lev. *Language of new media*. MIT Press, 2001.
- NICHOLS, Bill. *Representing reality*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1991.
- NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. Campinas, SP: Papyrus, 2005.
- RAMOS, Fernão Pessoa. *Mas afinal... o que é mesmo documentário?* São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano*. São Paulo: Paulus, 2003.

THOMPSON, Bill. Web 2.0: as conseqüências da tecnologia para a sociedade. In: VILLARES, Fábio (Org.) *Novas mídias digitais. Audiovisual, games e música*. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

Notas

1. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=lcuDe4iGI6s> Acesso em 19 de maio de 2013.
2. Disponível em <http://www.rtve.es/television/documentales/copiad-malditos/> Acesso em 21 de setembro de 2012.
3. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=YY0i4xJss9c> Acesso em 21 de setembro de 2012.

O caso @Pontifex e a reconstrução do religioso em dispositivos conexiais

@Pontifex and the reconstruction of the religious in connectial dispositifs

Moisés Sbardelotto | Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos
Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos),
São Leopoldo/ RS. Bolsista do CNPq.

Resumo

Este artigo reflete sobre a midiaticização digital da religião e a apropriação das redes sociodigitais por indivíduos e instituições religiosas, com foco no catolicismo. Analisa-se a presença do Papa Bento XVI no Twitter, em sua atividade na conta @Pontifex, examinando três âmbitos centrais: a plataforma Twitter e a sua apropriação eclesial; a conta @Pontifex e a práxis comunicacional do Papa Bento XVI no Twitter; e a reapropriação e reconstrução de construtos sociais católicos no Twitter a partir da renúncia de Bento XVI.

Palavras-Chave: Midiaticização da religião; dispositivos conexiais; circulação.

Abstract

The article reflects on the digital mediatization of religion and the appropriation of socio-digital networks by individuals and religious institutions, focusing on Catholicism. It analyzes the presence of Pope Benedict XVI on Twitter, in his activity in the account @Pontifex, examining three core points: the Twitter platform and its appropriation by the Catholic Church; the account @Pontifex and the communicational praxis of Pope Benedict XVI on Twitter; and the reappropriation and reconstruction of Cathllic social constructs on Twitter from the abdication of Benedict XVI.

Keywords: Mediatization of religion; connectial dispositifs; circulation.

Introdução

Em um período histórico em que os processos de comunicação midiática se tornam generalizados, especialmente a partir das mídias digitais. As redes sociodigitais vão se tornando ambientes online de sociabilidade, em que se manifestam intensas trocas comunicacionais, atemporais e aespaciais, entre internautas. Nesses ambientes, a vida social encontra-se em constante pulsação a partir das conversas sobre “o que está acontecendo”¹. Nessas interações sociais tecnologicamente mediadas, as práticas culturais da sociedade trazem consigo lógicas e dinâmicas midiaticizadas, que envolvem também o fenômeno religioso em geral e instituições sociais como as Igrejas.

A internet, assim, passa a ser também um ambiente para práticas religiosas, caracterizando um fenômeno de midiaticização da religião. Nessa nova ambiência social, impulsionada pelas mídias digitais, as Igrejas precisam se reposicionar e vão sendo impelidas pela nova complexidade social a modificar suas próprias estruturas comunicacionais e sistemas internos e externos de significação do sagrado. Formam-se, assim, “novas modalidades de percepção e de expressão do sagrado em novos ambientes de culto” (SBARDELOTTO, 2012, p. 312). Nisso também se encontra mais uma das facetas de uma sociedade em midiaticização, pois, além de ser fonte de informação, o meio comunicacional passa a ser também uma ambiência social de vivência, de prática e de experiência da fé. Em nosso caso específico, interessamo-nos por uma faceta desse religioso, a saber, o catolicismo. Assim, a experiência e a tradição das crenças, discursos e práticas católicos, via mídias, vão sendo ressignificadas social e culturalmente no processo de midiaticização. Esse cruzamento e deslocamento de sentidos fomenta o surgimento de um “novo” catolicismo – marcadamente midiaticizado.

A midiaticização da religião, portanto, envolve um processo histórico em que as mídias passam a ser fonte de religiosidade, indicando uma transformação religiosa e articulando-se com novas tendências religiosas, mudando o catolicismo, em nosso caso de estudo, e sendo mudadas por essa relação. Mediante a midiaticização, o catolicismo vai sendo crescentemente subsumido sob lógicas midiáticas, em termos institucionais, simbólicos e individuais. Neste artigo², como eixo central de estudo desse fenômeno, analisaremos o caso @Pontifex³, a conta da instância máxima do catolicismo no Twitter durante o pontificado de Bento XVI, com foco central em sua versão em português⁴. Com esse gesto pontifício, essa “rede de informação em tempo real que conecta você às últimas histórias, ideias, opiniões e notícias sobre o que há de mais interessante”⁵ passava também a conectar os usuários ao líder máximo dos católicos e às “histórias, ideias, opiniões e notícias” de Bento XVI.

Desde o lançamento da conta, no dia 03/12/2012, até a sua desativação temporária⁶ após a renúncia de Bento XVI ao pontificado, no dia 28/02/2013, temos uma temporalidade específica que caracteriza o caso @Pontifex sob Bento XVI. Nossa análise da presença do Papa Bento XVI no Twitter nasce de pistas, marcas, signos, rastros que observamos e que nos afetam. “Se a realidade é opaca, existem zonas privilegiadas – sinais, indícios – que permitem decifrá-la” (GINZBURG, 1989, p. 177). Para além da análise do discurso pontifício digital, interessa-nos também perceber a circulação do “católico” e a reconstrução sociocultural das práticas de sentido religiosas nas redes digitais, especialmente a partir do anúncio

de renúncia de Bento XVI. As interações entre os internautas, com a ou a partir da conta @Pontifex, são uma superfície visível para a observação indiciária, que aqui buscamos transformar em dizível: minúsculas particularidades que podem ser pistas para reconstruir grandes transformações, pois, “quando as causas não são reproduzíveis, só resta inferi-las a partir dos efeitos” (Ibid., p.169).

Como conclusão, aponta-se que o fenômeno religioso, e também a vida social em geral, se reconfigura nas redes sociodigitais, mediante usos sociais específicos das plataformas digitais, que dão origem a práticas socioculturais características de sociedades em midiaticização, organizadas naquilo que chamamos de dispositivos conexiais.

A conta @Pontifex e a reconstrução sociocomunicacional do “católico”

No dia 03/12/2012, foi lançada a conta oficial em inglês de Bento XVI no Twitter com o nome de usuário @Pontifex (“construtor de pontes”, em latim). Foram lançadas também outras oito versões para outros idiomas (espanhol, português, italiano, francês, alemão, polonês, árabe e latim), que traduziam e republicavam os conteúdos. Até o seu último tuíte, 84 dias depois, Bento XVI reuniu mais de 3 milhões de seguidores (a conta mais seguida era a versão em inglês, com mais de 1,63 milhão)⁷. Contudo, havia somente oito “seguidos” por parte de Bento XVI no Twitter, ou seja, outros usuários de quem o papa receberia as atualizações: apenas as oito demais personas linguísticas da conta @Pontifex.

Aqui, analisaremos o caso @Pontifex a partir de três âmbitos centrais: a plataforma Twitter e a sua apropriação eclesial; a conta @Pontifex e a práxis comunicacional do Papa Bento XVI no Twitter; e a reapropriação e reconstrução de construtos sociais católicos no Twitter a partir da renúncia de Bento XVI.

A apropriação eclesial

Nos nove dias desde a entrada do pontífice no Twitter até a publicação da sua primeira mensagem, a conta permaneceu ativada (existia e era acessível), embora não fosse ativa (nenhuma mensagem havia sido publicada). Nesse intervalo de tempo, os usuários foram convidados, por meio de outros meios de comunicação do Vaticano, a enviar perguntas sobre a fé ao papa usando a *hashtag*⁸ #askpontifex (“pergunte ao papa”), criada pela Santa Sé para esse fim. Na história do Twitter, as *hashtags* foram uma invenção social⁹ sobre os protocolos da plataforma, demarcando palavras-chave associadas a algo específico (pessoa, evento, data, notícia) antecedidas pelo símbolo “#”. Embora a plataforma condicione determinados padrões de interação social, as invenções sociais fazem com que esses padrões evoluam, podendo dar origem, posteriormente, a modificações na própria arquitetura da plataforma. Exemplo disso é que, a partir de 2009, o Twitter passou a lincar as *hashtags*, possibilitando a sua busca nos mecanismos do próprio Twitter ou do Google, criando comunidades de interesse em torno delas. Essa prática social foi acentuada em 2010 com a introdução pelo Twitter dos Trending Topics, ou seja, a listagem dos assuntos mais comentados da plataforma em nível mundial ou nacional¹⁰.

Portanto, com a criação da hashtag #askpontifex, a Igreja se apropriou de uma funcionalidade técnica do Twitter, possibilitando um canal de conversação dos usuários com o papa. Essa conversação, contudo, era marcada por um “desnível” interacional: o usuário era convidado especificamente a perguntar algo sobre a fé ao papa, sendo este o detentor da sabedoria e da autoridade para responder. O usuário era convidado pela Igreja a manifestar apenas a sua dúvida sobre a fé, embora, social e inventivamente, ele não se limitasse nem à temática (fé), nem à modalidade (perguntas) propostas.

Mediante esse protocolo específico de uso da hashtag #askpontifex, estabelecia-se uma nova modalidade de “comunidade religiosa”, congregando pessoas segundo um interesse comum na pessoa do papa e na sua sabedoria e autoridade. No caso abaixo, vemos uma apropriação social da hashtag #askpontifex pelo usuário “Alan Van Tine”. O internauta se dirige ao Papa Bento XVI para pedir que o pontífice reze pela sua filha Yamila, que iniciou uma quimioterapia, inserindo um link para uma foto de sua filha no leito do hospital (FIG. 1).



Figura 1 - Uso da hashtag #askpontifex no Twitter

Fonte: <<https://twitter.com/VanTine3/status/275654738723340289>>

Com o seu tuíte, o internauta dá ao Twitter uma funcionalidade não prevista, ou seja, transforma-o em ambiente para a prática religiosa e o pedido de orações. O usuário também se reapropria de uma regularidade discursiva (a função específica da hashtag #askpontifex para dirigir “perguntas sobre a fé” ao papa) e a “subverte”, escrevendo um pedido ao pontífice (e não uma pergunta) sobre algo pessoal, sobre a sua fé pessoal (e não sobre a fé em geral). Embora se dirigindo “direta” e pessoalmente ao papa (“por favor, reze pela minha filha...”), seu pedido é mediado por toda a interface sociotécnica do Twitter (seus protocolos, limites e possibilidades discursivas), tornado público para toda a rede. Entretanto, dificilmente seria realmente lido pelo papa, visto que os tuítes não eram nem escritos, nem enviados por Bento XVI: cabia ao papa apenas aprovar as mensagens, escritas previamente e enviadas posteriormente pelos responsáveis da comunicação vaticana¹¹. Além disso, segundo os protocolos do Twitter, essa intenção particular (a saúde da filha do usuário) entraria no fluxo circulatório do Twitter e se tornaria pública não apenas para os seguidores desse perfil específico, mas também para qualquer pessoa, pois, ao fazer uso da hashtag #askpontifex, sua mensagem recircula em novos fluxos e circuitos de sentido.

O que esse caso expõe é que as redes sociodigitais possibilitam um adensamento ainda maior das redes sociais já estabelecidas: por meio do Twitter, somos “amigos” do papa e nos comunicamos “diretamente” com ele e também com uma comunidade de interesse específica (congregada pelo termo #askpontifex e pela conta @Pontifex). Por sua vez, a produção de sentido da sociedade ultrapassa criativamente os limites interacionais e simbólicos (propostos pela Igreja) e tecnológicos (protocolados pelo Twitter), reconstruindo práticas e discursos católicos.

Sinal da circulação e reconstrução frequente de sentidos por parte da sociedade é que a hashtag #askpontifex continuava ativa mesmo depois da renúncia de Bento XVI ao pontificado. Nesse caso, os usuários retomaram a hashtag criada especificamente para uma função (fazer perguntas ao papa sobre a fé) e passaram a utilizá-la para fazer perguntas ou comentários relativos à abdicação do pontífice (envolvendo, também, pontos polêmicos, como a questão financeira do Vaticano ou a pedofilia). E cada mensagem enviada trazia consigo uma reconstrução do sentido do “católico”, que recirculava nas redes pessoais de cada pessoa que fazia as postagens, pois cada usuário, embora pertencendo a uma rede específica no Twitter (formada pelos usuários a quem ele segue e pelos quais é seguido), também estava reconectado a outras redes dos seus outros seguidores ou seguidos, complexificando a circulação comunicacional. Ou seja, cada fluxo pessoal é único e complexo, composto por muitas redes, e muitas vezes “cacofônico”, misturando diversos tipos de conteúdo.

Embora detentor do poder “ordinário, supremo, pleno, imediato e universal sobre a Igreja”, como indica a lei máxima da Igreja (Código de Direito Canônico), o papa, ao entrar no Twitter, se submeteu às mesmas regras que os demais usuários. Para a plataforma, portanto, quer seja

papa, quer seja um usuário comum, as regras e os protocolos são os mesmos, sejam eles estipulados pela própria plataforma, ou negociados entre os usuários. Mesmo com todo o poder eclesial nas mãos, Bento XVI não podia, por exemplo, enviar um tuíte com 141 caracteres, já que a plataforma só possibilita mensagens com no máximo 140.

Por outro lado, como máxima autoridade da Igreja – sendo um fortíssimo hub (ou conector) de interações na grande rede –, ao entrar na rede de microblogging, Bento XVI se somou aos cálculos da plataforma como um perfil a mais. Ao passar a seguir a conta @Pontifex, a plataforma indicava ao usuário-seguidor outras contas semelhantes que poderiam ser de seu interesse. Para chegar a esses resultados cruzados, o Twitter realiza uma complexa combinação de dados do perfil do usuário-seguidor e do perfil do usuário seguido, neste caso o @Pontifex. Em alguns casos, o resultado do cruzamento de dados chamava a atenção (FIG. 2).



Figura 2 - Sugestões de perfis semelhantes ao @Pontifex, como Serginho Groisman e Edir Macedo

Fonte: Twitter.com

Para os protocolos do Twitter, Bento XVI era um perfil semelhante ao de Serginho Groisman, jornalista e apresentador da Rede Globo de Televisão, e de Edir Macedo, bispo e fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, grande “concorrente” da Igreja Católica no Brasil. Embora sendo resultado de um algoritmo computacional, é interessante perceber que as conexões de dados que resultaram nessa sugestão revelam uma construção social que articula figuras religiosas centrais no contexto brasileiro às lógicas midiáticas.

A plataforma do Twitter também coleta e usa diversas informações dos usuários – e de seus seguidores – para medir e melhorar seus serviços. Mas esses dados também podem ser úteis a empresas (ou à própria Igreja) “para compartilhar informações de forma rápida com as pessoas interessadas em seus produtos e serviços, para coletar sugestões e informações do mercado [religioso] em tempo real, e construir relacionamentos com clientes, parceiros e pessoas influentes [e fiéis]”⁷. Embora sendo um perfil a mais, um banco de dados como o da conta @Pontifex (e seus derivados idiomáticos), com milhões e milhões de perfis reunidos e cadastrados como seguidores, oferece à empresa Twitter – e também à Igreja – enormes possibilidades em termos de acompanhamento do Zeitgeist sobre o mundo em tempo real, de construção de relacionamentos com os fiéis, de mineração de dados, de publicidade etc., pois um único tuíte pontifício se insere simultaneamente nos mais diversos e múltiplos fluxos individuais e coletivos. Assim, como indica a plataforma, o Twitter torna-se “uma oportunidade de atingir um público alvo”, também para a Igreja.

Após sua renúncia no dia 11/02/2013 e o fim do papado de Bento XVI oficialmente no dia 28/02/2013, iniciava-se o chamado período de sede vacante, quando o trono papal está vazio. Coube à Santa Sé reconstruir simbolicamente essa “ausência digital” do papa na plataforma do Twitter (FIG. 3).



Figura 3 - Conta @Pontifex após saída de Bento XVI do papado

Fonte: Twitter.com

Embora mantendo ativa a conta @Pontifex, a Igreja deletou todos os tuítes anteriores de Bento XVI (o que levou o sistema a zerar a contagem de tuítes e a informar que “@Pontifex ainda não tweetou”) e os armazenou

em uma página específica dentro do site de notícias da Santa Sé¹². A conta também foi renomeada com o termo “Sede Vacante” (Sé Vaga). Assim, uma configuração interna da Igreja (a morte/renúncia de um papa e o trono vazio tornam a “sé vacante”) foi ressignificada no ambiente digital: a “sé digital” da Igreja (a conta @Pontifex) também passava a estar vaga.

Com a eleição do Papa Francisco no dia 13/03/2013, a conta foi reativada com a publicação de um tuíte logo depois que a famosa “fumaça branca” havia saído da chaminé do Vaticano, anunciando a eleição de Jorge Mario Bergoglio: “HABEMUS PAPAM FRANCISCUM” (“Temos Papa Francisco”). Contudo, tratava-se de um “lapso” na conta @Pontifex, visto que não se tratava de uma afirmação do próprio Francisco, mas sim uma mensagem dos administradores da página. O primeiro tuíte de Francisco seria enviado apenas no dia 17/03/2013.

@Pontifex e a práxis comunicacional de Bento XVI

Com grande repercussão midiática, a primeira postagem de Bento XVI no Twitter só ocorreu nove dias depois da sua entrada na plataforma, ou seja, no dia 12/12/2012. Seu primeiro tuíte já explicitava a modalidade comunicacional proposta. O texto dizia: “Queridos amigos, é com alegria que entro em contato convosco via twitter. Obrigado pela resposta generosa. De coração vos abençoo a todos”. Dessa forma, o papa se alegrava por “entrar em contato via Twitter” com os seus “queridos amigos”, sejam quem fossem, visto que qualquer pessoa – independentemente da filiação religiosa – podia “seguir” o papa mediante essa plataforma. O papa também acenava para a “resposta generosa” do seu leitorado, pois, no intervalo desses nove dias entre a entrada na plataforma e a sua primeira mensagem, a sociedade mundial como um todo, via Twitter, já construía sentidos sobre o histórico gesto do papa de entrar em uma rede social digital com um perfil pessoal. O papa demonstrava, assim, que estava atento ao que se passava no Twitter. E, inovando a prática religiosa na era digital, Bento XVI também enviava, na mesma mensagem, “de coração”, a sua “benção a todos” via Twitter, prática que se repetiu no dia 01/01/2013, quando o papa tuitou: “Que o Senhor vos abençoe e proteja no novo ano”.

Com a presença digital do pontífice no Twitter, a instituição-Igreja realizou uma reapropriação dessa rede, visando a estabelecer uma nova modalidade de diálogo com a cultura contemporânea marcada pelas mídias digitais. Ainda no dia da sua primeira mensagem, o papa publicou outros seis tuítes, dos quais três eram perguntas que lhe foram enviadas pelos seus seguidores a partir da convocação da hashtag @askpontifex (1. “Como podemos viver melhor o Ano da Fé no nosso dia a dia?”; 2. “Como viver a fé em Jesus Cristo em um mundo sem esperança?”; 3. “Algumas sugestões para conseguir orar mais quando estamos tão ocupados com as solicitações de trabalho, da família e da sociedade?”), sem a indicação de quais seguidores haviam enviado as questões. A cada uma delas, o papa respondeu com um tuíte, sempre com um teor de conselho prático ou reflexivo sobre a vivência da fé. Ao postar as perguntas

dos usuários ou perguntas próprias do pontífice, a conta estimulava um debate social entre os usuários, mas que dificilmente encontrava sua expressão como diálogo pessoal com o pontífice, que não estabelecia interações individuais com os usuários.

No total, desde o seu primeiro tuíte até a sua última postagem no dia 28/02/2013, Bento XVI enviou 37 tuítes na versão em português (média diária de 0,49 tuíte)¹³. Em todos esses tuítes, a conta @Pontifex postava mensagens centradas majoritariamente em temáticas relacionadas à Igreja e à fé católica. Em seus tuítes em português, os cinco termos mais repetidos pelo papa em as suas mensagens foram: “Deus” (16), “Jesus” (9), “sempre” (8), “Senhor” (7), “vida” (7). Em geral, a linguagem papal se limitava a textos puros, sem recorrer a outras funcionalidades da plataforma: a conta @Pontifex nunca respondeu a uma mensagem diretamente a outro usuário específico nem fez referência a outro seguidor; nunca enviou um “RT” (ou seja, um ReTweet, republicação de um tuíte alheio na própria rede pessoal); nunca postou uma hashtag (a #askpontifex foi divulgada apenas por outros órgãos de comunicação da Santa Sé); nunca indicou algum link interno ou externo ao Twitter; e nunca postou um vídeo ou foto quaisquer.

A linguagem, em geral, era marcada pelo tom professoral e magisterial (“Quando negas Deus, negas a dignidade do homem. Quem defende Deus, está a defender o homem” [21/12/2012]), com muitos conselhos com verbos no imperativo (“Dialoga com Jesus [...]” [12/12/2012], “Oferece tudo o que fazes ao Senhor [...]” [12/12/2012]). Em outros casos, a perspectiva do diálogo com o leitor era subsumida em tuítes escritos na terceira pessoa do plural, de forma a envolver o fiel (“Nós não possuímos a verdade, é a Verdade que nos possui a nós [...]” [21/12/2012]; “Se tivermos amor ao próximo, conseguiremos descobrir a face de Cristo no pobre [...]” [16/01/2013]). Em outros casos ainda, a linguagem de Bento XVI era pessoal e íntima, como quando contou em um tuíte a tradição natalina de sua família: “Dava-me grande alegria construirmos, juntos, o presépio em casa [...]” (21/12/2012). Com essas modalidades discursivas, a conta @Pontifex reatualizava práticas religiosas (como a bênção) e ressignificava o discurso pontifício para a era digital.

No dia 11/02/2013, ocorreu o anúncio da renúncia de Bento XVI ao papado. O gesto histórico gerou enorme repercussão midiática e social. Um dia antes, preparando o gesto, Bento XVI tuitou: “Devemos ter confiança na força da misericórdia de Deus. Embora sejamos todos pecadores, a sua graça nos transforma e renova”. Sua saída definitiva do pontificado ocorreu no dia 28/02/2013. Seu tuíte de despedida, no mesmo dia, dizia: “*Obrigado pelo vosso amor e o vosso apoio! Possais viver sempre na alegria que se experimenta quando se põe Cristo no centro da vida*”.

O acontecimento-renúncia e a repercussão social

Ao entrar no Twitter, o papa passou a estar ao alcance de um clique, sobre cujo perfil a sociedade podia derramar todos os sentidos culturais possíveis – e publicamente. Assim, ao longo do tempo, entre um tuíte e outro, Bento XVI se colocou em meio ao cruzamento de sentidos sociais que varre o Twitter. Mas sua presença no Twitter não pressupôs necessariamente uma perda de autoridade em nível social, pois, para seus seguidores católicos, o pontífice não ficou privado do seu “poder” religioso no Twitter; ao contrário, ganhou ainda mais prestígio por estar “atento aos sinais dos tempos” e conquistou credibilidade na rede Twitter devido ao crescente número de seguidores congregados na conta @Pontifex.

O que se “perdeu”, porém, foi justamente o controle sobre a imago publica católica digital. A imagem do papa e o sentido do “católico” agora passavam a estar nas mãos – publicamente – de toda a sociedade em conexão, que os reconstruíam em suas interações com e para além da conta @Pontifex, com posturas positivas e também negativas para a Igreja¹⁴. E isso ficou ainda mais marcante no dia 11/02/2013, dia do anúncio da renúncia de Bento XVI ao papado¹⁵. Além da enorme repercussão midiática e social, a rede sociodigital do Twitter também se tornou palco de um debate mundial sobre o acontecimento. Termos nas mais diversas línguas (como #elpapadimite, #pope, #dimissioniPapa, #Joseph Ratzinger, #Habemus Papam, #Pontificado), relacionados ao papa, à Igreja e à renúncia, logo subiram aos primeiros lugares da lista dos tópicos mais comentados do Twitter em todo o mundo.

Depois da saída oficial do pontificado, no dia 28/02/2013, embora os tuítes de Bento XVI tenham sido “deletados” das contas @Pontifex e repassados para o arquivo da página News.va, a circulação sociocomunicacional incessante do Twitter constantemente reatualizava a imago de Bento XVI mediante os rastros de seus tuítes ainda em circulação na rede e mediante as referências ao usuário @Pontifex. Nos dias em que ficou desativada, portanto, a conta permaneceu “ativa(da)” na circulação comunicacional, continuando a agregar seguidores e a congregar circuitos de produção de sentido. A conta @Pontifex, mesmo que em “sé vacante”, continuava circulando pela rede a partir de seus rastros digitais reevocados nas interações sociodigitais. Embora já “papa emérito”, retirado e aposentado, Bento XVI continuava sendo @Pontifex: não havia mais tuítes oficiais dessa conta, mas sim tuítes a partir dessa e sobre essa conta, reconstruindo os sentidos já “arquivados” pela Igreja e reforçando a centralidade dos processos circulatorios na comunicação digital hoje.

A partir da renúncia papal, diversas modalidades de reconstrução da imagem papal e do “católico” despontaram no Twitter. A plataforma foi reapropriada pela própria sociedade para dar origem a novos usos e práticas socioculturais de reconstrução de sentido. Assim, além de novos usos técnicos (ressignificação de funcionalidades como as hashtags) e práticas sociais (rituais religiosos como a bênção papal), a plataforma do Twitter também foi palco de uma reconstrução sociossimbólica de sentidos, com a circulação de imagens diversas a respeito da renúncia, tanto positivas (FIG. 4), quanto negativas (FIG. 5), ou bem-humoradas (FIG. 6).

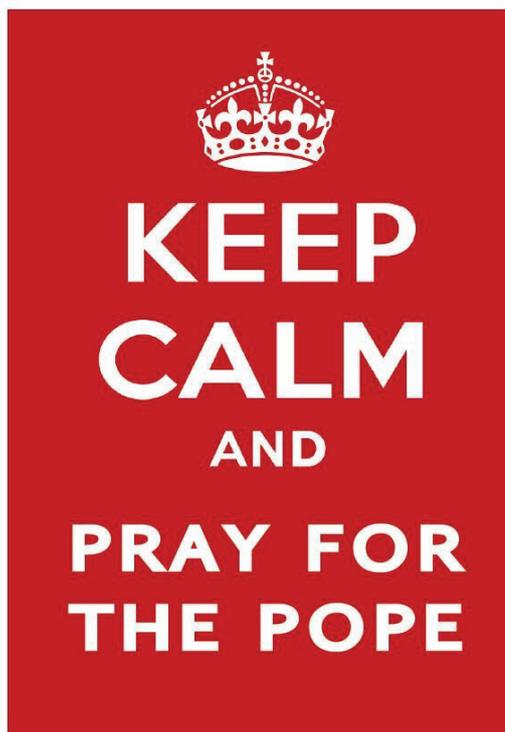


Figura 4 - “Mantenha a calma e reze pelo papa”

Fonte: <<http://migre.me/dyzSp>>

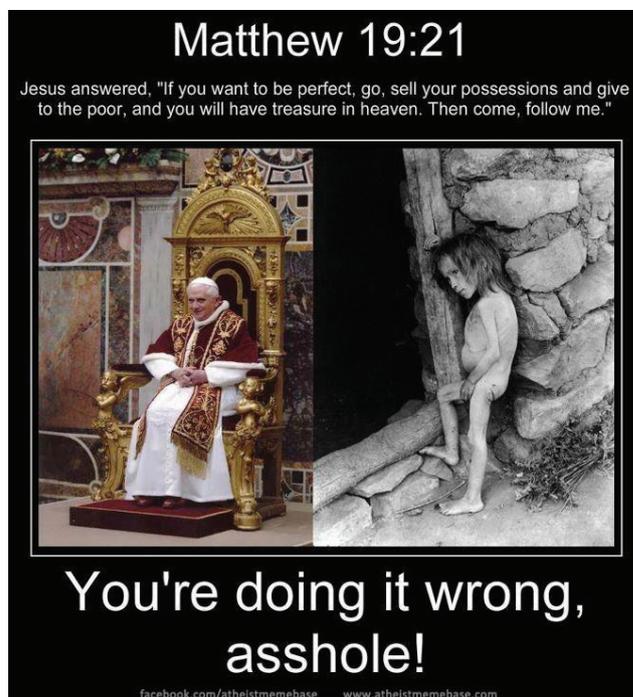


Figura 5 - “Mateus 19:21. Jesus respondeu: ‘Se você quer ser perfeito, vá, venda tudo o que tem, dê o dinheiro aos pobres, e você terá um tesouro no céu. Depois venha, e siga-me’.

Você está fazendo isso errado, estúpido!”

Fonte: <<http://migre.me/dyzT9>>



Figura 6 - “Foda-se! Eu saio!”

Fonte: <<http://twitpic.com/c3fpit>>

Na FIG. 4, a ressignificação da expressão “Keep calm”¹⁶ para um fim religioso adquire um papel de congregador de fiéis em oração pelo papa, dando origem a uma nova modalidade de prática religiosa na cultura digital. Por outro lado, como vemos na FIG. 5, os usos sociais do Twitter o levam a se tornar um ambiente de denúncia social e pública contra a Igreja e seu poder e riqueza, contrastando a imagem do trono papal à de uma criança faminta. Já na FIG. 6, trata-se de uma crítica social mediante o humor, ao retratar as dificuldades do pontífice para segurar suas vestes contra o vento.

No Twitter, portanto, Igreja, fiéis e não fiéis (ou até mesmo “infieis”) passam a tomar o “católico” – aqui representado pela sua figura máxima, o papa – como eixo de suas interações, revelando um processo de mediatização da religião por parte da instituição e dos indivíduos. A mediatização, portanto, exponencia e complexifica também outros processos sociais interligados, em que vemos que a Igreja passa a não ter domínio total de sua imago publica, pois inúmeras “vozes” passam a falar sobre o “católico”, acrescentando sua própria reconstrução simbólica a esse construto emergente das conexões digitais.

Nas redes sociodigitais, podemos perceber que, para além da “produção” eclesial histórica e tradicionalmente concebida sobre o “católico”, os indivíduos “re-produzem” culturalmente o que foi produzido pela instituição e também produzem por si mesmos sentidos relativos à instituição – que por sua vez os “re-produz”, e assim por diante, aumentando o fluxo de circulação comunicacional. Produção/construção e transformação/circulação estão intimamente ligadas, e se acoplam e se organizam mediante interfaces e protocolos específicos¹⁷, que aqui chamamos de dispositivos conexiais.

Dispositivos conexiais e a sociotecnicidade das redes digitais

Nos ambientes online de sociabilidade como o Twitter, as práticas da sociedade (indivíduos ou instituições) trazem consigo lógicas e estratégias midiáticas, envolvendo também o âmbito religioso, como vimos no caso @Pontifex. O religioso passa a circular nos meandros da internet por meio de uma ação não apenas do âmbito da “produção” eclesial, mas também mediante uma ação comunicacional dos inúmeros pontos (usuários) da rede. Não apenas as corporações midiáticas, nem somente as instituições eclesiais, mas também a sociedade em geral, nos mais diversos âmbitos da internet, falam sobre o “religioso” – em um processo simultâneo de “procepção” (produção-recepção) e “prossumo” (produção-consumo).

Mas as práticas socioculturais em redes digitais não ocorrem automaticamente. Toda rede é uma ação de conexão, um trabalho em rede (network); ou seja, as conexões não existem “em si mesmas”, mas são construídas e mantidas constantemente pela ação social de comunicação e também pela ação técnica das plataformas. Redes não são necessariamente sociais, assim como redes sociais não são necessariamente digitais. Por isso é necessário estar atento às estruturas das conexões, aos padrões das interconexões que ocorrem em redes sociodigitais específicas e que se manifestam nos dispositivos conexiais.

Na internet, tecnologia transformada em “meio de comunicação, de interação e de organização social” (CASTELLS, 2005, p.257), manifestam-se “determinadas matrizes interacionais e modos práticos compartilhados para fazer avançar a interação” (BRAGA, 2011, p. 5) na e entre a sociedade. Esses sistemas de relações se organizam “social e praticamente como base para comunicação entre participantes” (Ibid., p. 11). Pela centralidade da noção de “conexão” nas interações online, chamamos essas matrizes de dispositivo conexial.

O dispositivo tem “a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes” (AGAMBEN, 2005, p. 13). Os dispositivos dispõem o mundo e a sociedade; o mundo e a sociedade dispõem os dispositivos; e por meio deles a sociedade dispõe o mundo. Por outro lado, a “essência de toda rede” é precisamente a conectividade (KERCKHOVE, 1998, tradução nossa). Para o autor, a internet é “o meio [medium] conectado por excelência, é a tecnologia que torna explícita e tangível essa condição natural da interação humana” (Ibid., p. xxx, tradução nossa). O conectado se tornou uma alternativa ao individual e ao coletivo. Assim, as conexões (aqui entendidas como interações sociotécnicas específicas do ambiente digital) são geradoras de formas e de organização, são uma noção intermediária entre desordem, ordem e organização. Os dispositivos conexiais, portanto, fazem a mediação das interações socioculturais em rede, possibilitando a própria existência da sociedade conectada por meio de trocas mais ou menos reguladas entre os indivíduos. Trata-se de um sistema sócio-técnico-simbólico heterogêneo de interfaces e protocolos que possibilita a conexão digital e organiza a comunicação entre os agentes em rede, sejam eles indivíduos ou instituições.

No caso do Twitter, sem o seu dispositivo conexial, marcado por uma interface específica e por protocolos previamente estabelecidos, não teríamos qualquer tipo de ordem ou regularidade internas na complexidade das conexões entre os usuários; em suma, não teríamos uma rede sociodigital. Embora esta seja marcada por uma interconexão instável e variável, o dispositivo conexial estabelece as suas regras e padrões de funcionamento. Trata-se, portanto, de um ordenador de dupla ordem (cf. MORIN, 2008): o dispositivo conexial ordena as conexões, estabelecendo possibilidades de interação, e dá ordens aos agentes em conexão, estabelecendo limites para tais conexões. Dessa forma, as redes sociodigitais existem enquanto relações de poder, mediante ações construcionistas dos agentes em conexão a partir dos limites e possibilidades (e possíveis subversões) do dispositivo conexial. São essas configurações sociais e técnicas que fornecem as bases para a midiaticização digital da sociedade.

Dessa forma, indo além de uma análise meramente tecnológica ou computacional das chamadas “redes sociais”, reconhecemos que a essência das redes não está na rede, mas em seus complexos modos de apropriação e de reconfiguração por parte da sociedade, a partir dos limites e possibilidades do dispositivo conexial, que estabelece redes complexas de circulação comunicacional. Nelas, os sentidos religiosos circulam midiaticamente pela sociedade, moldando a cultura religiosa. Na sociedade em midiaticização, portanto, geram-se “novas estruturas e dinâmicos feixes de relações entre produtores e receptores de discursos” (FAUSTO NETO, 2010, p. 6). A sociedade trabalha sobre o que está em circulação e faz circular aquilo sobre o qual trabalha simbolicamente dentro das – ou subvertendo as – possibilidades do dispositivo conexial, como no caso da apropriação do Twitter pela Igreja com a conta @Pontifex e da reapropriação do “católico” em circulação por parte dos usuários em geral. Por isso, pode-se dizer que a circulação é o “dispositivo central” do processo de comunicação (Ibid., 2010).

A vida social como um todo, incluindo o fenômeno religioso, se reconfigura nas redes sociodigitais. Assim, a conta @Pontifex torna-se uma interface dos atuais processos da midiaticização digital da religião, em que uma instituição multissecular como a Igreja se apropria de uma mídia contemporânea para realimentar sua dinâmica social, no caldo de novas práticas sociais embebidas em lógicas midiáticas.

Referências bibliográficas

- AAGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? *Outra Travessia*, Florianópolis, nº 5, 2005. Disponível em <<http://migre.me/dhjAU>>
- BRAGA, José Luiz. Dispositivos interacionais. *Anais do XX Encontro da Compós*. Porto Alegre, 2011. Disponível em <<http://migre.me/a2lp6>>.
- CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade. In: MORAES, Dênis de. *Por uma outra comunicação: Mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2005, pp.225-287.

FAUSTO NETO, Antonio. A circulação além das bordas. In: _____; VALDETTARO, Sandra. *Mediatización, sociedad y sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina*. Rosario: UNR, 2010. Disponível em <<http://migre.me/dhjmM>>.

GINZBURG, Carlo. Sinais: Raízes de um paradigma indiciário. In: GINZBURG, Carlo. *Mitos, emblemas, sinais: Morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, pp.143-179.

KERCKHOVE, Derrick de. *Connected intelligence: The arrival of the web society*. Londres: Kogan Page, 1998.

MORIN, Edgar. *O Método 1: A Natureza da Natureza*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

SBARDELOTTO, Moisés. *E o Verbo se fez bit: A comunicação e a experiência religiosas na internet*. Aparecida: Santuário, 2012.

Notas

1. Em duas das principais redes sociodigitais, o Twitter e o Facebook, essa expressão encontra-se *ipsis litteris* em suas páginas principais. O Twitter afirma: “Bem-vindo ao Twitter. Descubra o que está acontecendo, agora mesmo, com as pessoas e organizações que lhe interessam” (grifo nosso). Já no Facebook, o usuário se depara com a seguinte pergunta: “O que está acontecendo, [nome do usuário]?”.
2. O interesse pelo “católico” se deve à relevância sócio-histórico-cultural da Igreja Católica, especialmente no Brasil. Segundo o IBGE, os católicos ainda são a maioria religiosa do país, com 64,6% da população em 2010. Dados disponíveis em: <<http://migre.me/ddYsQ>>
3. Disponível em <<https://twitter.com/Pontifex>>
4. Disponível em <https://twitter.com/Pontifex_pt>.
5. Disponível em <<https://twitter.com/about>>.
6. Daí também a razão da Santa Sé de criar um usuário genérico (Pontifex), e não algo relativo especificamente a Bento XVI: dessa forma, a estratégia da Igreja é manter o mesmo usuário para quaisquer pontífices que venham a querer fazer uso do Twitter depois de Bento XVI, que o inaugurou.
7. Em outubro de 2013, sob o pontificado de Francisco, em menos de um ano de existência, as contas @Pontifex já somavam quase 10 milhões de seguidores, e a mais seguida era a versão em espanhol, com quase 4 milhões de seguidores. Apenas a título de comparação, Bento XVI deixou a conta @Pontifex_pt, em português, com pouco mais de 93 mil seguidores. Em outubro de 2013, Francisco já congregava mais de 827 mil seguidores em língua portuguesa.
8. Indexadores automáticos de palavras-chave que também servem como filtro de busca no Twitter.
9. É o próprio Twitter que informa que “as pessoas usam o símbolo # da hashtag antes de uma palavra-chave ou frase relevante (sem espaços) em seu tuíte para categorizar esses tuítes” (grifo nosso). Disponível em <<http://migre.me/diQiC>>.
10. Dados disponíveis em <<http://en.wikipedia.org/wiki/Hashtag>>

11. Como se pode ver no envio de seu primeiro tuíte (vídeo disponível em <<http://youtu.be/tty87WDBukk>>), Bento XVI tem pouca familiaridade com as tecnologias digitais – diversos comentaristas confirmam que seus livros sempre foram escritos à mão.
12. Disponível em <http://www.news.va/en/twitter_archive>
13. Apenas a título de comparação, o Papa Francisco, até o dia 17 de outubro de 2013, havia publicado 168 tuítes, com uma média diária de 0,78 tuíte
14. Razão pela qual o Santo Ofício e a Inquisição teriam um trabalho geometricamente multiplicado se quisessem promover uma “caça aos hereges” contemporânea nas redes digitais
15. O próprio acontecimento social e midiático da renúncia teve como foco desencadeador um tuíte da jornalista italiana Giovanna Chirri (@GiovannaChirri), da agência Ansa, que estava acompanhando um rotineiro discurso de Bento XVI aos cardeais da Igreja Católica, quando, em latim, o papa fez o histórico anúncio. Conhecedora do idioma, ela logo postou o tuíte com a notícia (disponível em <http://goo.gl/AdgRq5>) juntamente com uma nota para as principais agências de notícias do mundo.
16. O cartaz original (Keep calm and carry on; “Mantenha-se calmo e siga em frente”) foi usado em 1939, na Inglaterra, durante a II Guerra Mundial para acalmar a população. Cf. <http://migre.me/diS85> .
17. A própria história da internet, a história do desenvolvimento da www é marcada por uma fusão entre um protocolo e uma interface específicos. Em janeiro de 1983, ocorreu a migração definitiva da velha rede Arpanet (tecnologia criada no fim dos anos 1960) para o novo protocolo TCP/IP, que permitia a troca de informações entre todas as redes digitais. E, um ano depois, em janeiro de 1984, foi apresentado o Macintosh, o primeiro computador com interface gráfica (tecnologia também criada no fim dos anos 1960) a ter sucesso comercial. Com a fusão de ambos, o desenvolvimento da internet como a conhecemos hoje ganhava um forte impulso.

Book Trailers: ficção, autorismo e narrativa transmídia na indústria do audiovisual¹

Book Trailers: fiction, authorism and transmedia narrative in the audiovisual industry

Luiza Lusvarghi | Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos
Docente de Comunicação Social da Universidade Nove de Julho (SP).

Resumo

Adaptações de obras literárias para o cinema não constituem novidade. Hoje, com as novas tecnologias e expansão do mercado audiovisual no mundo, assistimos ao fenômeno inverso - filmes se convertem em livros e HQ. Muitas editoras estão produzindo trailers de obras de ficção antes de lançá-las – os book trailers estão por toda parte. Nas narrativas transmídia, múltiplas plataformas oferecem conteúdos diferenciados sobre a mesma história ou tema, reforçando o caráter coletivo da obra audiovisual e os conflitos referentes ao papel do autor e do autorismo.

Palavras-Chave: Book trailers; adaptação literária; autorismo; narrativas transmídia; indústria audiovisual.

Abstract

Adaptations of literary works for cinema are nothing new. Today, with new technologies and the expansion of the audiovisual market around the world, we now see a reverse phenomenon - films being converted into books and HQ. And finally, many publishers are filming “trailers” of their novels before launching them – book trailers are everywhere. In transmedia storytelling, multiple platforms offer unique content about the same story or theme, reiterating the collective character of the audiovisual work and the conflicts in reference to the role of the author and authorism.

Keywords: Book trailers; literary adaptation; authorism; transmedia storytelling; audiovisual industry.

Introdução

Quando o polêmico cineasta mexicano Guillermo del Toro anunciou o lançamento do livro “Noturno” (*The Strain*, 2009), o primeiro da Trilogia da Escuridão (*The Strain Trilogy*), seu lançamento em book trailer causou alvoroço. O material não se parecia com um vídeo release, caso da maioria dos *book trailers* disponíveis na Web, e sim com o *teaser* de um filme de terror. A trilogia foi uma parceria de Del Toro com o escritor americano Chuck Hoogan, seguida por “*The Fall*” (A Queda, 2010) deu continuidade à Trilogia da Escuridão (*The Strain Trilogy*), concluída com a publicação de “*The Night Eternal*” (A Noite Eterna), em 2011. A trama mescla elementos narrativos de seriados televisivos como a franquia SCI e o assunto da moda – vampirismo. O livro fala de uma invasão de vampiros em Nova York, causada por um vírus, que pode causar uma pandemia mundial. Por meio de uma conta no Twitter, criada pela editora, no caso do Brasil, a Rocco, era possível acessar todas as novidades referentes ao lançamento, incluindo o trailer do livro e um vídeo no qual Del Toro comenta sobre seu processo criativo. O book trailer sugeria a inevitabilidade da trilogia se transformar em cinematografia. Na verdade, Del Toro pensou o projeto como uma série para a televisão², conforme ele mesmo explicava em um dos vídeos, o que influenciou a forma como ele desenvolveu a narrativa literária. O objetivo era que cada capítulo do livro tivesse um gancho para o episódio seguinte, por exemplo.

O lançamento poderia ser analisado dentro de uma tendência que não é recente entre o mercado livreiro e o cinema e que remonta ao início da história do cinema – a adaptação de obras literárias para o cinema – e até mesmo dentro de uma perspectiva de novas estratégias do mercado editorial, premido pela expansão do audiovisual. Entretanto, ao considerarmos o entorno destas manifestações, veremos que o impacto do processo de convergência midiática extrapola considerações que inicialmente giravam em torno da factibilidade do e-book. Na verdade, ao lançar um *teaser* baseado em seu livro, Del Toro sugere que estaria promovendo, indiretamente, um possível projeto. Desta forma, o book trailer seria mais uma estratégia de marketing para vender uma ideia do que uma mera ferramenta de divulgação. Além disso, o livro transforma o diretor no dono da história e do argumento do filme, o que incide diretamente sobre a questão de direitos autorais.

Del Toro já havia polemizado o suficiente ao declarar em entrevistas anteriores ao lançamento do livro que associava o sucesso da trilogia “Senhor dos Anéis” ao fato de Peter Jackson ter sido responsável pela produção do filme e dos videogames, o que teria contribuído para um controle autoral maior sobre a obra. O diretor de “O Labirinto do Fauno” também revelou que os jogos influenciavam os seus filmes, pois usam a direção de arte, cor e roteiro de uma forma que o cinema costuma deixar de lado. Para ele, os jogos não deveriam constituir universo separado dos filmes (ROLLING STONE, 2009). Ou seja, lançar um livro seria como lançar o marco inicial de um projeto transmídia.

Os conceitos de transmídia e o de multiplataforma, embora aparentemente semelhantes, trazem conflitos diferentes do ponto de vista da autoria. Os produtos multiplataforma estariam mais associados ao conceito de multimídia tal qual colocado por Pierre Levy em seu famoso estudo sobre cibercultura, a “universalidade sem totalidade” (LEVY, 1999), como um produto que pode ser colocado em diversos suportes, e que oferece interatividade para o usuário. Na verdade, o conceito de transmídia não tem a ver com a ideia de digitalizar um livro e publicá-lo online, que se popularizou, e sim de criar um projeto que possua conteúdos específicos em mais de uma plataforma, que se referem ao mesmo tema ou à mesma obra de ficção, oferecendo níveis diferenciados de fruição. O que no caso do cinema, em geral, significa um projeto que reúne vídeos, filmes (televisão e cinema), músicas, livros e games. “Cada vez mais, os magnatas do cinema consideram os games não apenas um meio de colar o logotipo da franquia em algum produto acessório, mas um meio de expandir a experiência narrativa”, assinala Jenkins (2006) na introdução de seu livro que se tornou uma referência para discutir convergência midiática. O problema estaria em como conciliar os diferentes processos de produção. “Seriam relações difíceis de sustentar, já que todas as partes temiam perder o controle criativo, e já que o tempo necessário para desenvolvimento e distribuição era radicalmente diferente”.

No Brasil, por exemplo, projetos transmídia do porte de um Harry Potter por enquanto, estão fora de cogitação. Em conjunto com o lançamento de “Tropa de Elite – O inimigo agora é outro”, que aborda corrupção política, mídia sensacionalista e a presença de milícias na favela, foi lançado o livro “Elite da Tropa 2” (2010), escrito por Rodrigo Pimentel, Luís Eduardo Soares, ex-Secretário de Segurança Pública do Rio de Janeiro, Cláudio Ferraz e André Batista. O livro traz a seguinte epígrafe: “*Este livro narra histórias verdadeiras e fictícias. Cabe a você aplicar os adjetivos a cada episódio e personagem*”. O filme foi a maior bilheteria da história do cinema nacional. E embora os autores do livro recusem a categoria de livro-reportagem, ele é consumido desta forma pela audiência, uma vez que suas histórias se situam no limite entre ficção e realidade. Em todo caso, livro e filme são parte de um mesmo projeto, e oferecem conteúdos distintos.

Outro produto nacional a trabalhar conteúdos específicos em mais de um suporte foi o documentário “Falcão, Meninos do Tráfico” (2006), de MV Bill e Celso Athayde. O documentário, produzido pela Central Única das Favelas (CUFA), foi exibido no programa Fantástico, da Rede Globo, e ganhou prêmios internacionais, como melhor documentário no 8º Film Festival Internazionale di Milano (MIFF) e o prêmio Rei da Espanha, na categoria televisão, de jornalismo internacional, em Madri.

O livro trazia conteúdos adicionais que não entraram no documentário. A explicação dada pelos autores foi a de que eles haviam deliberadamente excluído alguns trechos, editados das entrevistas, para evitar o usual sensacionalismo com relação a sexo nos bailes funks, por exemplo.

Mas afora esses exemplos, a questão no Brasil engatinha. Seriados como a franquia brasileira 9 MM, da Fox, usaram o recurso dos games e de performances, para divulgar o seriado, por ocasião do seu lançamento. Os games são o recurso mais comum de seriados e produções, As telenovelas, o formato seriado nacional mais popular, só recentemente passou a incorporar o conceito de conteúdos multiplataforma. Filmes como “Acquária” (Brasil, 2003, Flávia Moraes), e “Meu nome não é Johnny” (Brasil, 2008, Mauro Lima) também fizeram uso do recurso.

O livro, ainda que reproduzido em série, conserva a questão da autoria identificada pela forma de produção artesanal. Livros são em geral, produzidos por um único autor, ao menos este é um dos padrões da literatura universal, mas existem formas narrativas mais propensas a produções em parceria, caso do livro de Del Toro ou ainda das HQs.

Cinema e Literatura

As relações entre cinema e literatura são anteriores a estas novas tendências. Antes do surgimento dos *nickelodeons*, o principal meio difusor de filmes era o teatro burlesco, o *vaudeville*, em que a performance e a forma narrativa final eram construídas pelo *showman*-exibidor. Era ele quem decidia a velocidade do filme, os acompanhamentos sonoros, a ordem das “vistas”. Preocupados com a autonomia do plano, os primeiros cineastas não se preocupam muito em construir relações temporais e narrativas com os planos (COSTA *in* MASCARELLO, 2006).

Os primeiros escritos sobre cinema foram em grande parte produzidos por pessoas ligadas à literatura. Muitos deles, como Massimo Gorki, mostravam-se ambivalentes com relação ao cinema. De um lado, a nova forma de expressão artística era saudada como instrumento de democratização, e de outro, como um fator que poderia levar à degradação moral, coincidentemente a mesma proposição da Igreja Católica (ALCANTÁRA, 2007). Estas reações refletem três tradições discursivas: a hostilidade platônica às artes miméticas; a rejeição puritana às ficções artísticas e o escárnio histórico das elites burguesas pela plebe imunda e ignorante (STAM, 2004).

A ideia do cineasta como autor foi herdada da tradição literária (STAM, 2004) e (BERNADET,1994). Embora a noção tenha entrado em voga a partir da década de 50, ela já está presente no cinema mudo. Em 1921 o realizador Jean Epstein aplica o termo autor aos cineastas, enquanto Delluc analisava filmes de Griffith, Clapin, como protoautoral.

O cinema falado vai retomar a ideia de autoria privilegiando o roteirista como o autor da história. Graças as suas numerosas revistas especializadas e figuras de destaque – Epstein, Abel Gance, Louis Delluc, Germaine Dulac e Riccioto Canudo, do movimento impressionista francês – a França vai se tornar um espaço privilegiado de reflexão sobre o cinema comercial e de vanguarda (STAM, 2004).

Como vai colocar Genette, é a literatura que vai emprestar ao cinema uma aura de obra de arte num momento em que o gênero cinematográfico busca se estabelecer como expressão artística (GENETTE *Apud* NEALE, 2000), deixando de ser o cinema das atrações. No entanto, não vai ser este o único período em que a literatura vai se colocar como validação de uma narrativa cinematográfica.

Se o cinema europeu tendia, então, a se afastar do modelo romanesco tradicional, a indústria cinematográfica hollywoodiana, voltada para o entretenimento, consolidou-se seguindo padrões já consagrados da narrativa literária. Daí que Jorge Luis Borges vá afirmar que, com os westerns, “Hollywood, por razões comerciais, naturalmente, salvou a épica, num tempo em que os poetas tinham esquecido que a poesia começou pela épica” (Cozarinsky, 2000, p.15). Assim, quando no pós-guerra, as artes buscavam se revitalizar, retomando algumas propostas das chamadas vanguardas históricas, a vertente norte-americana da produção cinematográfica confirmava sua vocação de herdeira da narratividade que a literatura renegava e da figuração que as artes plásticas rejeitavam – o caráter industrial do cinema acabava por reafirmar a dimensão popular de sua estética, o que o levava a buscar soluções de sucesso já comprovado pela literatura narrativa de tipo tradicional. (FIGUEIREDO, 2010, p. 5)

A problematização da questão da autoria na obra de arte se coloca com mais ênfase a partir do desenvolvimento industrial, logo no primeiro estágio do capitalismo. O texto de Benjamin “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica” (BENJAMIN, 1996), vai abordar a questão da perda da aura, e conseqüentemente, fica implícita ali a problematização da autoria. Vários filósofos se preocuparam no passado com a conceituação de autor, inclusive Valéry, citado por Gerard Genette, para quem “toda obra é a obra de muitas coisas além de um autor” e ainda, segundo o próprio Genette “o verdadeiro operário de uma bela obra...não é realmente ninguém”. Outras escolas e autores vão abordar diretamente a questão.

Edgar Morin em “O Espírito do Tempo” comenta que a autoria da obra de arte na sociedade industrial, e particularmente na cinematográfica, é coletiva, e, portanto, nada mais natural que a reação pequeno-burguesa dos intelectuais contra a transformação da arte em mercadoria. Essa a origem do conceito de cinema de autor (MORIN, 2002), o famoso conceito surgido a partir da Nouvelle Vague, em oposição ao modelo de cineasta proposto pelo cinema americano dos grandes estúdios, em que o autor teria controle de todas as etapas do processo de produção.

O relevo do papel da produção na obra cinematográfica contemporânea chega a colocar em xeque a autoria do diretor. Em “O autor no cinema” Jean-Claude Bernadet elabora um estudo comparativo entre o cinema nacional e o francês que problematiza esse tema. No apêndice de sua obra, citando artigo de Gore Vidal, “Quem faz o cinema”, de 1976, Bernadet tece algumas considerações sobre a questão:

O diretor era rei até 1927, quando o advento do falado o tornou secundário, até dispensável, em relação ao escritor do roteiro. São os técnicos que, coletiva ou individualmente, realizam o trabalho do diretor. Mas sem roteiro escrito, não há filme. A polêmica não é recente e Vidal não a renova. E, na situação atual – dominada pelos agentes – nem mesmo o roteirista é criador do filme (BERNADET, 1976, p.185).

O fato é que cinema, sem deixar de ser arte, é uma produção comercial, uma mercadoria, que depende diretamente da sua reprodução (exibição, distribuição) para ser fruída. Historicamente, o cinema vai buscar no teatro e na literatura histórias e temas que lhe permitam alcançar um teor “artístico”, diferenciando-se para sempre da precariedade narrativa do cinema de atrações. Neste momento, o autor, da peça e do livro no qual se baseia o filme, e o roteirista, ganham o título de autor, e predomina muitas vezes sobre a figura do diretor, que se confunde com a do produtor.

A consolidação da indústria de Hollywood é que vai fazer surgir a ideia de um roteirista que trabalha em equipe como um funcionário de uma grande empresa. Na indústria moderna e na pós-moderna, o diretor, cada vez mais, parece ser apenas uma peça da engrenagem. Dentro dos *blockbusters* baseados em *pulp fiction* e HQ, que nos devolveram à ficção seriada dos primórdios do cinema, é comum contratar mais de um diretor para poder fazer três episódios quase que simultaneamente, caso da série *Crepúsculo*, baseada na série de livros homônima, da autora americana Stephanie Meyer.

De qualquer forma, os exemplos comentados até aqui poderiam ser analisados como fenômenos mundialmente associados ao fenômeno *best seller*, categoria na qual podemos inserir obras de qualidade literária tão diversa quanto os romances de Paulo Coelho, ou ainda praticamente toda a literatura sobre vampiros que parece dominar a cena editorial – *Southern Vampires* da americana Charlaine Harris, origem da série televisiva da HBO, *True Blood* (HBO, 2008-2013) . Sem falar da saga de Harry Potter, o bruxinho que transformou seus três personagens principais -- Grint, Daniel Radcliffe (que interpreta o menino mago Harry Potter) e Emma Watson (Hermione) - em multimilionários e sua criadora, J.K. Rowling, no maior fenômeno editorial da década. Embora a obra tenha sido concebida e parcialmente escrita antes do filme, é notório que sua autora sempre vislumbrou a possibilidade de transformar sua estória em roteiro. Os livros da coleção Harry Potter foram lançados estrategicamente antes de cada um dos filmes da série, com acompanhamento da mídia segundo a segundo, transformando sua leitura em evento midiático sem precedentes.

No âmbito da discussão legal sobre os direitos autorais no cinema, os dados apenas reforçam essas estratégias de cineastas que passam a escrever livros, que aparentemente estão mais voltadas para assegurar os direitos dos autores sobre os direitos das *majors*, uma vez que no caso da indústria hollywoodiana, e de boa parte dos países anglófonos, prevalece a lei do copyright, em que a empresa produtora do filme tem plenos poderes sobre a obra.

Direitos autorais e a questão cultural

Do ponto de vista legal, no Brasil, os donos do filme são o diretor, o autor do argumento, da trilha sonora e o produtor³. O roteirista não tem relevância dentro da questão autoral. O filme é uma obra coletiva, portanto, não estabelece quem vai ter os créditos, mas desde que seja possível destacar as participações individuais. Se o diretor acumula a função de produtor, presume-se que seja ele o verdadeiro autor, no cinema. Não existe titularidade para pessoa jurídica, ou seja, uma empresa não pode ser detentora desses direitos.

O produtor enquanto realizador do negócio é o polo ativo das contratações dentro do processo: argumento, tema, diretor. A obra audiovisual é fruto deste trinômio legal, e não do esforço intelectual de uma única pessoa. A tipificação artística da obra é que investe o seu idealizador de coautoria - trilha sonora, figurino, cenário, argumento e não a sua qualidade artística. Dentre estas atividades, algumas são diretrizes e outras são dirigidas. O autor do assunto é o instaurador da história. O diretor é o centro de todos os movimentos criativos e técnicos (CRIVELLI, 2005). Por conta da WEB e das novas tecnologias (celulares, tablets), a LD 98 passou a ser duramente criticada.

As questões de autoria permanecem. Se o autor do argumento é o roteirista, ele é coautor da obra, por exemplo. Já a música e o texto podem ser considerados como forma de criação primígena ou derivada – adaptações, traduções. O autor da obra originária e o autor da adaptação ou obra derivada são coautores dentro do processo de produção da obra cinematográfica.

Já o conceito de comunhão criativa não é pacífico. Muitos defendem que se a obra não foi criada com o objetivo de servir ao filme, o autor primígeno mantém a autoria somente da obra que gerou a adaptação. Não existe a comunhão criativa para o estabelecimento de coautoria.

No mundo, existem várias correntes que defendem a titularidade originária de direitos autorais à figura legal do produtor, como ocorre com a lei do copyright nos EUA. No Brasil, Henri Jenssen, Carlos Alberto Bittar e Limongi França defendem essa possibilidade, sendo este último signatário da ideia do “autor por encomenda” não ter o mesmo estatuto de um autor a priori. Muitos defendem a autoria do produtor-autor, comum a certas cinematografias, como a brasileira, mas uma condição muito específica. Outros defendem abertamente essa posição.

Os titulares de direitos do autor estão presentes em todas as etapas do processo criativo. Tecnicamente, podemos designar o criador como autor ou titular originário. Trata-se aqui da titularidade da base (CRIVELLI, 2005), título de qualidade originária que pode dar origem a diversas outras titularidades, como, por exemplo, a titularidade patrimonial, a única que é negociável.

A titularidade abriga um conjunto de faculdades morais e patrimoniais inerentes à propriedade intelectual. Esta composição mista propicia a transferência de direitos de autor a terceiros. Este adquirente passa à qualidade de titular patrimonial dos direitos do autor, um titular derivado. Sua titularidade origina-se da titularidade-base que nasce da criação.

A obra audiovisual cinematográfica é composta por contribuições técnicas, intelectuais, patrimoniais, artísticas e industriais, daí a sua complexidade, que tende a ter mais impacto com o fim do suporte fílmico e os processos de produção e pós-produção digital. O diretor mencionado na Lei dos Direitos Autorais de 1998 (LDA 98) é o diretor cinematográfico, e não o de fotografia, o diretor artístico ou de produção. A LDA não descreve com exatidão o ato de criação protegido pelo direito de autor. Assim, os elementos determinantes da autoria e coautoria são extraídos da doutrina, fonte que preenche as lacunas da lei. Um ato de criação precisa estar contaminado de genialidade e personalidade. A originalidade é dispensável. Já a criatividade deve ser visível ao menos por profissionais especializados. A personalidade é um instrumento incisivo na criação da obra audiovisual.

Se uma obra foi criada para o vídeo ou o cinema e passa por um remake, ainda que este apenas atualize dados, pode ser considerada uma adaptação do ponto de vista autoral. Pela lei brasileira, seu autor, mesmo que não seja responsável pelo remake, mas seja pelo argumento, é coautor. Uma prática comum na televisão americana, e também entre produtos de televisão e cinema, é a conhecida como *spin-off*, em que personagens da trama são aproveitados, mas não necessariamente com a mesma história ou argumento.

No Brasil, pela própria descontinuidade histórica da produção, isso é recente enquanto projeto comercial, mas pode ser visto com mais frequência a partir de “Cidade de Deus” (2002) e da série “Cidade dos Homens” (Globo, 2002-2005), que se converteu em filme (2007) e do projeto transmídia *Antônia*, que incluiu filme, série e conteúdos digitais. O documentário “Antônios”, sobre os avôs das protagonistas, serviu como um pretexto para discutir a vida na Brasilândia, bairro de periferia de São Paulo onde a ação se desenrola, e um quadro para o programa “Fantástico”, o “Dicionário de Emília”, produzido pela 02.

Em ambos os casos, o autor do argumento prevaleceria como sendo o autor que tem direitos sobre a obra. Nas sequências prevalece a mesma concepção. Nas franquias, o franqueador, que pode ser pessoa física ou jurídica, cede ao franqueado os direitos autorais do uso de uma obra ou ideia. Mas trata-se, pela visão do direito brasileiro, de uma cessão para finalidades específicas. O franqueado jamais terá direito ao uso para qualquer outra finalidade que não aquela especificada no contrato de franquia. Em Portugal, o critério de personalidade da obra é o mesmo do Brasil. São coautores o realizador (diretor), o autor do argumento, dos diálogos (caso seja pessoa diferente), e o autor da banda musical. O autor da obra preexistente não é reconhecido.

As franquias no cinema, entretanto, são em sua grande maioria americanas, ou japonesas. Nos EUA, prevalece a lei do copyright, que dá plenos poderes à empresa. No Japão, a lei é semelhante. Na França, a Lei nº 92.597, de 01-07-1992, emendada pela lei 97.283, de 27-03-1997, é um modelo aberto com presunção relativa de titularidade. Admite-se a alteração dos legalmente nomeados coautores quando provada a efetiva participação de outros.

Não havendo prova em contrário a legislação francesa entende serem coautores o autor do roteiro, o autor da adaptação, do diálogo, da composição musical, feita ou não de encomenda para a obra, e do diretor. Diferentemente do Brasil, o autor da obra preexistente será considerado coautor da obra audiovisual. Na Itália, a Lei nº 633 de 22-04-1941, emendada pelo decreto-lei nº 154 de 26-05-1997, usa o mesmo critério adotado pelo Brasil, definindo como coautores: o argumentista; o cenógrafo, o compositor da música e o diretor artístico.

Nos EUA, a legislação do copyright norte-americano, de origem anglo-germânica, assim como ocorre no Reino Unido, tem bases diferentes do sistema romanista (Brasil, Portugal, Itália e França). Na seção 201 (b) do copyright Act (Circular 92) a titularidade pode variar conforme o regime contratual estabelecido entre as partes. O contrato de trabalho nos EUA limita a titularidade de direitos do autor e transfere por ficção legal a titularidade originária da obra ao empregador-produtor. Os dois regimes mais constantes são o *work made for hire* e o *joint work*. No primeiro, o autor é o produtor, e no segundo, estabelece-se uma parceria, mas não existe relevância quanto à personalidade do criador. No copyright o contrato é o melhor instrumento de proteção dos direitos morais dos autores.

A forma como cada país regulamenta essa questão não deixa de ser indicial da forma como a produção da obra é entendida dentro do processo cultural local e da própria indústria do audiovisual. Na atualidade, entretanto, as discussões não se limitam a discutir aspectos da narrativa como nos anos 60, quando surgem diversos movimentos de contracultura e a política de autores possuía uma conotação política específica – em tempos globais a indústria possui extensões locais e está enraizada dentro das produções nacionais de diversas regiões.

A autoria na obra literária, entretanto, não é questionável da forma como se coloca na produção cinematográfica, que é produzido de forma industrial, e que na contemporaneidade, enfrenta ainda as possibilidades introduzidas pelas novas tecnologias sobre a edição e distribuição de imagens. A combinação de narrativa realista e animação proposta por “Avatar” (2009, EUA), que levou o diretor e autor do argumento, James Cameron, a defender em entrevista a utilização polêmica de atores-avatars, causou perplexidade. “Harry Potter”, a saga, trouxe um novo alento à indústria do audiovisual: sua autora fechou um dos maiores contratos dentro da história do cinema, deu-se ao luxo de escolher diretores e interferir no casting. Com isso, o autor do argumento, mais do que o roteirista, recuperou a aura de dono da história dos primórdios do cinema, em que a direção, muitas vezes, era considerada secundária, e nem era creditada.

Toda essa movimentação de revisão de leis, que reflete uma tendência mundial diante do advento da web, revela a dificuldade de se estabelecer parâmetros para a regulamentação do ambiente digital. A legislação brasileira é anterior ao videoteipe, e a possibilidade de utilização de um mesmo conteúdo em diferentes plataformas vem monopolizando os debates. A proposta é fazer uma nova regulação sobre cessão e transferência de direitos, pois a atual legislação ainda é extremamente permissiva em

relação aos autores abrirem mão por meio da cessão total, definitiva e universal dos direitos para terceiros. Outra questão: quando a sociedade pode fazer uso das obras sem pedido de autorização ou pagamento?

Obra de arte ou best seller?

A questão dos *book trailers* suscita a velha discussão entre alta cultura e baixa cultura, introduzida pela Teoria Crítica. Mas é difícil ignorar a sedução provocada pelas imagens. A nova Sherazade do mercado livreiro é Tahereh Mafi, 25 anos, autora da série “*Shatter Me*” (Estilhaça-me, Brasil, 2011), obra lançada em 2011 pela Harper Collins, descrita como um thriller “adulto”, e narrado em primeira pessoa por Juliette, uma garota de 17 anos que possui um toque mortal⁴. O segundo livro da série, “*Unravel Me*” (Liberta-me, Brasil, 2013), foi lançado no início de 2013, e o terceiro, “*Ignite Me*” (Acenda-me)⁵, está prometido para início de 2013. O book trailer segue a mesma linha da trilogia de Del Toro, mas a produção é infinitamente mais pobre, como a maioria dos produtos que estão disponíveis no Youtube e em sites especializados, o que faz lembrar videoclipes. Os direitos do filme já foram adquiridos pela Fox. A obra foi frequentemente comparada à série X-Men, e Tahereh Mafi, sua autora, é uma jovem muçulmana nascida em Connecticut, que se mudou para o Norte da Califórnia, Estados Unidos, aos 12 anos de idade, e que, apesar de não se reconhecer em sua protagonista, uma paranormal, aborda a história de uma jovem que vive entre dois mundos.

Outros exemplos incluem ainda a série “Os instrumentos mortais” – Cidade dos Ossos (2007), fantasia urbana que se passa em Nova Iorque, da escritora Cassandra Clare, convertido em filme (2013) dirigido por Harald Zwart, e estrelado por Lily Collins, a filha do músico Phil Collins, do Genesis, que se tornou famosa por viver a Branca de Neve em “Espelho, Espelho Meu” (*Mirror. Mirror*, 2012, EUA). Nos sites especializados surge ainda o termo *cinematic book trailers* para se referir ao fenômeno, que é comparado aos videoclipes, formato que se popularizou na década de 80 através da MTV e mereceu ensaios sobre a linguagem pós-moderna de diversos autores como John Godwin e E. Ann Kaplan. O mais recente é o videoclipe de Taylor Swift para “Jogos Vorazes” (*The Hunger Games*), obra de Suzanne Collins. O que distinguiria um *cinematic book trailer* de um *video music*⁶ book trailer seria a ideia de não atrelar a obra diretamente à promoção do filme já existente, como no caso do videoclipe “Alice”, de Avril Lavigne, que funcionou como um trailer do filme “Alice no País das Maravilhas” (2010), de Tim Burton. O interessante deste conceito é que as imagens estão atreladas à obra e nunca ao filme diretamente, o que implica uma reafirmação do papel do autor da história dentro do processo de produção.

Saindo do mercado específico de circulação dos *best sellers*, entretanto, nos deparamos mesmo no Brasil, com alguns desdobramentos destas novas estratégias que fogem completamente do circuito das *majors*. Mesmo porque o desenvolvimento de uma indústria cultural nacional de peso, e, sobretudo,

de uma produção cinematográfica vai se consolidar a partir dos anos 70, com o apoio do Estado e a base proporcionada pela Embrafilme, e adentra os anos 90 sob os auspícios de leis de renúncia fiscal e mecenato, que abrem as portas tanto para os produtores nacionais quanto internacionais.

O filme “O Invasor” (2002), do diretor Beto Brant, aclamado por boa parte da crítica como uma obra contundente e significativa da recente produção nacional que alcançou novamente repercussão internacional a partir de “Central do Brasil” (1998), e “Cidade de Deus” (2004), foi baseado em um esboço do romance “O Invasor”, do escritor e roteirista Marçal Aquino. O diretor Brant leu e decidiu transformar a história em filme antes mesmo de ela ser concluída. O livro foi finalizado depois do filme, que tem como um dos roteiristas o próprio Marçal Aquino, e guarda sua especificidade com relação ao roteiro. Se no filme de Brant, o grande protagonista é o personagem-título, interpretado pelo ex-Titã Paulo Miklos, no romance, a figura do engenheiro interpretado por Marco Ricca, certamente ganha outro contexto, uma vez que é ele o narrador. Aquino acredita que o filme não influenciou diretamente o livro, e que se as pessoas passaram a ler mais por causa do filme, esse movimento de forma geral, contribui em muito para uma expansão da literatura⁷. Aquino já expressou em diversas entrevistas publicadas a sua relação com literatura e cinema, afirmando que se considera um escritor, acima de tudo, e que não vê problema em ampliar sua legião de leitores em função do cinema.

Totalmente distinto deste movimento são os livros que publicam o *making of*, ou o roteiro dos filmes, ou ainda os livros que são por vezes ressuscitados pelos filmes.

Vendido como uma espécie de “Alta Fidelidade” tupiniquim (uma alusão ao ótimo filme do diretor inglês Stephen Frears, baseado no livro homônimo de Nick Hornby), “Durval Discos”, filme de Anna Muylaert, conta a história do simpático Durval, um rapaz que já deixou a adolescência, mas não consegue se emancipar, paulistano padrão, dono de uma loja de discos usados, colecionador e amante dos LPs, e que, como não poderia deixar de ser, mora com a mãe. O roteiro do filme foi publicado.

A publicidade do livro “O Jardineiro Fiel”, do popular autor de *best sellers* John Le Carré, veiculada nos jornais por ocasião do lançamento da película, adaptação de Fernando Meirelles para o cinema, começava com a seguinte frase: “O livro foi parar no cinema por um brasileiro. Agora pode parar em suas mãos”. Na verdade, apesar da ousadia, reflete uma velha prática do marketing deste segmento, de pegar carona no sucesso do filme, ou vice-versa, de atrair os leitores do livro para a sala de cinema. Mas Carré não chega a ser uma referência literária de peso. Já a especulação provocada pelo mesmo Meirelles ao adaptar para o cinema o livro de José Saramago “Ensaio sobre a Cegueira” gerou sem dúvida expectativas diferentes do ponto de vista comercial.

Difícilmente Saramago, um escritor que transita entre o ensaio e a ficção em suas narrativas, passou a vender mais livros por causa do filme, que na verdade contribuiu para garantir a Meirelles uma aura de autor cult no mercado internacional.

O caso de “Cidade de Deus” (2002), dirigido pelo mesmo Fernando Meirelles, também envolveu uma polêmica associando literatura e cinema. A obra literária (1995), do escritor Paulo Lins, ganhou visibilidade e uma versão mais “enxuta”, justificada pelo autor como necessária, após o sucesso internacional do filme.

Houve comentários, publicados pela imprensa, de que as editoras teriam solicitado uma “revisão” da obra para o mercado internacional, aparentemente em função da dificuldade de verter para o inglês os termos coloquiais do livro. Como parte do material utilizado para escrever o livro foi coletado durante os oito anos (entre 1986 e 1993) em que o autor trabalhou como assessor de pesquisas antropológicas sobre a criminalidade e as classes populares do Rio de Janeiro, colaborando com a socióloga Alba Zaluar, acrescido ao fato de que Paulo Lins viveu em Cidade de Deus, a obra acabou sendo descrito muitas vezes em resenhas como “autobiográfico”, em detrimento de suas qualidades literárias. A obra de Lins foi saudada por Roberto Schwarz, um de nossos maiores críticos, como a obra brasileira mais importante da contemporaneidade, por assinalar a passagem da favela romântica de “Rio 40 Graus” (1955), de Nelson Pereira dos Santos, para a neofavela dominada pelo narcotráfico. Mas mesmo a crítica de Schwarz reconhece no livro o dinamismo do cinema e o compara aos grandes filmes sobre o gangsterismo (SCHWARZ, 2002). O livro, entretanto, é muito mais indigesto do que o filme, o que não facilita em nenhum momento a sua leitura.

A antropóloga Alba Zaluar rejeitou a obra de Lins e o filme de Meirelles, em diversos artigos e entrevistas publicados na imprensa. Zaluar afirmou que “a representação do conjunto habitacional da favela como sendo um gueto negro é uma forção de barra para se adequar à estética hip hop”. Para ela, o igualmente polêmico “Tropa de Elite” (2007), de José Padilha, corresponde a uma exploração da questão da violência mais embasada pela realidade e por um espírito de responsabilidade social⁸. O filme de Padilha, que curiosamente ganhou fama no Exterior com o documentário sobre violência urbana “Ônibus 147” (2002)⁹, muitas vezes associado a “Cidade de Deus”, também se baseou num livro, este de caráter assumidamente biográfico, mas romanceado¹⁰, o “Elite da Tropa” (2006), escrito pelos policiais do BOPE André Batista e Rodrigo Pimentel, em parceria com o antropólogo Luiz Eduardo Soares.

A publicação de roteiros e até mesmo de peças é anterior ao fenômeno dos *book trailers* e das adaptações de obras literárias para o cinema. Mas a reflexão que os *book trailers* trazem, é sem dúvida, em primeiro lugar, sobre a questão da fruição da obra a partir destes pressupostos, e mais adiante, da questão da leitura do livro e da recepção do filme enquanto prática social.

No Brasil, os grupos de mídia vêm realizando tentativas de trabalhar filmes dentro de uma perspectiva multimídia, mas ainda sem muito sucesso. Um das primeiras produções neste sentido foi “Acquária” (2003), da Globo Filmes e Fox Filmes, dirigido por Flavia Moraes, com fotografia de Lauro Escore, não por acaso um filme de ficção científica, cuja ação teve como cenário

o deserto de Atacama. O filme protagonizado pela dupla musical composta pelos irmãos Sandy e Junior, hoje em carreira solo, foi lançado conjuntamente com um game. O filme não emplacou, mas o game virou cult entre os fãs.

O documentário “Antônio”, produzido dentro de *Antônia*, série e filme, aparentemente funcionou apenas como apoio para a promoção do filme. Depois foi a vez de “Meu nome não é Johnny”, e um dos maiores sucessos de bilheteria nacional de 2008, que contou com o suporte em sua campanha de marketing de um *alternativa reality game*, os ARG, utilizados em franquias como “*Batman Begins*” e que possuem grande impacto entre os adolescentes do mundo inteiro. “Obsessão Compulsiva 9” (2007-2008), ARG do filme “Meu Nome Não é Johnny”, estrelado por Selton Mello, foi o primeiro caso de sucesso da história destes jogos no Brasil (ANDRADE, 2009). No mundo inteiro, os ARGs (NETO, 2008) se tornaram uma referência popular, sempre associados a filmes, séries, games, marcas famosas. No Brasil, eles surgiram em 2001, e já somam mais de 30 projetos. Em termos de conteúdos, eles certamente contribuem para expandir o universo diegético do filme, transformando seus personagens em entidades familiares ao grande público, mesmo para quem não assistiu ou desconhece a história. O mais recente fenômeno midiático mundial a explorar todas as possibilidades do *cross media* sob o impacto da web é a produção 3D da Disney, “*Alice in Wonderland*”, cujo lançamento começa a se articular a partir do videoclipe de Avril Lavigne, e cujo portal reinventa a história de Alice, mais velha na versão de Tim Burton, criando um ambiente que não somente se beneficia do imaginário criado ao longo de anos pela obra de Lewis Carroll, mas o amplia. No Brasil, um dos games, um jogo para PCs inspirado no filme, foi lançado no Brasil pela Positivo Informática. O jogo foi feito pela empresa francesa *Etranges Libellules*. A Disney Interactive criou jogos para as plataformas Wii, Nintendo DS, PC e iPhone. Burton, ao contrário de Del Toro, entretanto, não parece muito interessado em games. Mas sua estética inconfundível, para muitos inspirada no expressionismo alemão, está presente em todos os produtos Alice, e muitos de seus filmes, que se amparam numa riquíssima identidade visual que de fato lembra os caligrafistas, se prestam com facilidade ao universo dos games.

A levar em conta os últimos escritos de Canclini (2006) sobre a indústria cultural na pós-modernidade, algumas considerações podem começar a se delinear. Dificilmente voltaremos a pensar o cinema ou mesmo a literatura fora do ciberespaço e dessas novas relações. Para ele, a passagem do cinema de representação da identidade nacional para sua realocação em mercados transnacionais tanto na Europa quanto na América Latina introduz novas considerações. A transnacionalização das indústrias culturais transformou as esferas públicas, a comunicação social, a estrutura da informação e de entretenimento em partes integrantes das redes globais e regionais. E dentro da televisão, por exemplo, as audiências demonstram pouco interesse pela produção audiovisual de seu próprio país.

O papel das salas de exibição, os multiplexes, é parte de um projeto de convergência digital. Os filmes ainda são exibidos nas salas, mas o *windoning* faz que outros formatos digitais ganhem relevância na distribuição

e circulação da obra (CANCLINI, 2008). Por outro lado, a dependência do cinema americano do mercado externo aumenta. E na luta contra a pirataria, sem dúvida, o 3D marca pontos. No entanto, muitos estudos dão conta de que os produtos piratas são consumidos por pessoas que não frequentam as salas, não possuem *teve a cabo* e se valem deste mercado para suprir deficiências de exibição.

Os jovens que cresceram na era da pirataria fazendo download da Internet são movidos a ter uma relação natural com a televisão, com os games e os portais, diferente das gerações que os precederam. E se valem disso para driblar os altos preços cobrados por esse mercado global, com circuitos de distribuição dominados pelas *majors*.

Crescem as diferenças entre cinéfilos e videófilos (CANCLINI, 2008). Para ele, entretanto, em vez de lutar contra esta tendência, ou mesmo continuar a lutar por uma reserva de mercado para as produções latino-americanas, dominado pelo produto de origem americana, o grande desafio seria criar produtos audiovisuais interculturais se beneficiando de todas estas novas possibilidades.

No caso do Brasil, a dificuldade de acesso à banda larga ainda é empecilho para que os projetos transmídia anunciados pelos grandes grupos se transformem em realidade. O projeto Banda Larga para Todos, um desdobramento do acordo negociado para garantir a fusão Oi-Brasil Telecom, deveria contribuir para a expansão desses projetos, mas por enquanto a lentidão de sua implementação não faz pensar em mudanças em curto prazo.

Conclusões

Os *book trailers* se tornaram uma estratégia bastante popular de venda de livros e vêm conquistando leitores no mundo inteiro. As obras tidas como mais sérias, entretanto, permanecem à margem deste processo, que muitos produtores identificam com a ascensão do videoclipe, que possibilitou a muitos jovens cineastas realizar seus primeiros curtas-metragens, mas também serviu como experiência para designers e artistas plásticos da videoarte experimentarem novas formas de expressão (JAMESON, 1996). A qualidade da maioria dos *book trailers*, entretanto, deixa a desejar, e eles surgem ainda associados a livros de ficção seriada que já nascem com o projeto de se converterem em filmes ou seriados de televisão, espelhados em *blockbusters* como a saga “Crepúsculo”, “Harry Potter”, como parte integrante de um projeto cinematográfico transmidiático que tem a obra fílmica como a maior referência ficcional. Muitos produtores, e o próprio mercado de editoras, acreditam que essa tendência vai ser predominante em poucos anos, e que os *book trailers* se constituirão em obras específicas, assim como ocorreu com o videoclipe, e que eles representam uma expansão da experiência literária.

Referências bibliográficas

- ANDRADE, Luiz Adolfo de. *Jogos, Cidades e Redes Sociais: Processos de espacialização nos alternate reality games*, Artigo científico apresentado ao eixo temático “Mobilidade, redes e espaço urbano”, do III Simpósio Nacional da ABCiber. São Paulo, 2009.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política. Ensaios sobre literatura e História da Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- BERNADET, Jean-Claude. *O Autor no cinema: a política dos autores, França, Brasil, anos 50 e 60*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- CANCLINI, Nestor Garcia (2008), *Latin American Cinema as Industry and as Culture: its transnational relocation*. Keynote presented in Transnational Cinema in Globalising Societies Conference, Puebla, Mexico, September 29-31. 2008
- COSTA, Flávia Cesarino . *Primeiro cinema*. In: Fernando Mascarello. (Org.). *História do cinema mundial*. 1 ed. Campinas, SP: Papirus, 2006, v. 1, p. 17-52
- CRIVELLI, Ivana Có, *Os Direitos Autorais na Obra Cinematográfica*. São Paulo: Editora Letras Jurídicas, 2009.
- FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de, *Roteiro, Literatura e mercado editorial: o escritor multimídia*, pág 5, Revista Ciberlegenda, acesso em 20/05/2013 www.uff.br/ciberlegenda/artigo1.html
- JENKINS, Henry, *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008
- LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999. 260 p.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: O espírito do tempo*. Volume I – Neurose. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- NEALE, Steve (ed.2002). *Genre and Hollywood*. London: BFI, 2000.
- NETO, Guilherme. *Advergames: marcas criam e utilizam jogos como ferramenta de Marketing*. Mundo do Marketing, 2008. Disponível em: <<http://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/marca/3515/advergames-marcas-criam-e-utilizam-jogos-como-ferramenta-de-marketing.html>>. Acesso em 18 de Maio de 2013.
- ROLLING STONE, SEÇÃO NOVAS, da Redação. Publicado a 30 de maio de 2009, 09h17 “Guillermo del Toro prevê “o Cidadão Kane dos games” para a próxima década. Da redação. <http://www.rollingstone.com.br/secoes/novas/noticias/5361/> acesso em 18 de outubro de 2009
- STAM, Robert (2003). *Introdução à teoria do cinema*. Campinas: Papirus, 2003.
- Carpenter, Susan. “Not Just for Kids: Author Tahereh Mafi discusses ‘Shatter Me’” in Jacket Copy. Books, authors and all things bookish. <http://latimesblogs.latimes.com/jacketcopy/2011/11/shattere.html> November 28, 2011 | 12:43 pm. Acesso em 14/12/2013.

Webgrafia de Book Trailers

- SIMON AND SHUSTER, Cidade das almas perdidas. Book Trailer. Coleção Os Instrumentos Mortais. Acesso em 14/12/2013
<http://www.youtube.com/watch?v=xe8KIoyMF5M>
- CINEMATIC BOOK TRAILERS Acesso em 14/12/2013. http://cinematicbooktrailers.blogspot.com.br/2013_11_01_archive.html
- HARPER COLLINS. Destroy me, site oficial, uma e-novela escrita por Tahereh Mafi, da série Shatter Me. Editora Harper Collins. Publicado em 17/12/2012. <http://www.youtube.com/watch?v=9Dl17ULugVg>
- Shatter me. Official Book Trailer. Acesso em 14/12/2013
<http://www.youtube.com/watch?v=pT1KL-wmNyU>
- RED14FILMS: Book Trailer production. url: Red14films.com Acesso em 14/12/2013.
- VELASCO, Francisco Ruiz. The Strain Book Trailer: Jail Scene. (USA, 2009). <http://www.youtube.com/watch?v=rTjUbaZL0c> Acesso em 14/12/2013

Notas

1. Artigo parcialmente baseado em comunicação apresentada durante o Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.
2. Existem especulações, divulgadas pela imprensa, de que o projeto estaria sendo desenvolvido pelo FX, canal do grupo de entretenimento 20th Century Fox, da News Corp., como uma série de televisão.
3. No Brasil, essa regulamentação está sob a lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e não sofreu alterações essenciais na última alteração, aprovada em 15 de agosto de 2013, que na verdade interferiu mais nas questões de arrecadação e circulação da obra.
4. Jovem adulto é apenas uma categoria criada pelo marketing americano para designar uma obra imprópria para menores.
5. As traduções dos dois primeiros títulos são oficiais, foram lançados no Brasil pela Editora Novo Conceito, em edição impressa e ebook, o terceiro é uma tradução livre.
6. Termo em inglês para videoclipe.
7. Entrevista concedida à autora do texto.
8. Declaração colhida em debate realizado na pre-estreia do filme em São Paulo, no então Espaço Unibanco de Cinema, com a presença do diretor José Padilha, no dia 4 de outubro de 2007.
9. O filme baseia-se no sequestro de um ônibus no Rio de Janeiro por um adolescente que foi um dos sobreviventes do massacre da Candelária. A história foi transformada em roteiro de ficção posteriormente filmado por Bruno Barreto.
10. Ambos, Elite da Tropa (2006) e Elite da Tropa 2 (2010) foram vendidos como literatura policial, mas adotam um tom documental no relato.

A massificação do livro em brochura no século XX e a conquista do mercado universitário nos Estados Unidos e Inglaterra

The paperback massification in the twentieth century and the college market conquest in the United States and England

Willian Eduardo Righini de Souza | xxx

Doutorando em Ciência da Informação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Giulia Crippa | xxx

Professora doutora do curso de Ciências da Informação e Documentação da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto e do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade de São Paulo.

Resumo

Pretende-se apresentar e discutir o surgimento de algumas das principais editoras/coleções de livros em brochura nos Estados Unidos e Inglaterra durante o século XX. Ao mesmo tempo, procura-se esclarecer o significado e extensão da expressão Revolução da brochura e mostrar como esse mercado sofreu significativas transformações ao longo dos últimos setenta anos.

Palavras-Chave: Livro em brochura; livro econômico; mercado editorial.

Abstract

This paper presents and discusses the emergence of some paperback publishers/collections in the United States and England during the twentieth century. At the same time, it seeks to clarify and scope of the term Paperback revolution and show how this market has undergone significant changes over the last seventy years.

Keywords: Paperback; cheap books; publishing market.

Introdução

Se o século XIX ficou marcado pelo surgimento, na Europa, de várias coleções de livros destinadas a um grande público, como a *Bibliothèque Charpentier* (1838), a *Collection of British Authors* (1841) e a *Reclam's Universal-Bibliothek* (1867), o século seguinte foi o período de consolidação e diversificação do mercado de livros de bolso e brochuras (*paperbacks*). Vários fatores contribuíram para essa nova fase que possui como símbolo de partida a criação da editora *Penguin*, em 1935, na Inglaterra: a Segunda Guerra Mundial, que ao mesmo tempo em que dificultou a produção de livros permitiu o surgimento de um novo público, o de soldados; a instalação de regimes socialistas em nações produtoras de livros; a descolonização e suas consequências culturais (ESCARPIT, 1976, p. 14); a expansão do ensino universitário; além do desenvolvimento do mercado norte-americano de livros populares e o estabelecimento da língua inglesa como língua mundial.

Neste artigo, apresentamos algumas coleções em brochura que surgiram na Inglaterra e nos Estados Unidos ao longo do século XX e que provocaram o que é denominado como *Paperback Revolution*¹. Nesses dois países, os livros são classificados, de forma abrangente, em três grupos: *hardcovers* ou *hardbacks* (livros de capa dura), *trade paperbacks*, *quality paperbacks* ou simplesmente *paperbacks* (livros em brochura) e *mass-market paperbacks* (livros de tamanho reduzido em brochura e de amplo apelo popular – *best-sellers*). Os livros em capa dura são, obviamente, os mais caros, dirigidos a um público que está preocupado com a qualidade da edição e com o valor simbólico do livro enquanto bem durável. Os *trade paperbacks*, por outro lado, oferecem o mesmo conteúdo, mas em versão brochura, mais barata, permitindo que mais pessoas possam adquiri-lo. Por fim, o *mass-market paperbacks* são também livros em brochura, mas de tamanho reduzido, semelhantes aos livros de bolso, com papel de pior qualidade e sem elementos que encarecem o produto final, produzidos aos milhares para serem vendidos nos mais variados espaços comerciais (rodoviárias, drogarias, etc.), levando ao grande público os principais *best-sellers* do momento.

Inglaterra

Na Inglaterra, assim como em boa parte da Europa, livros em brochura e com preços reduzidos não era uma novidade em 1935. A proposta da *Penguin*, fundada por Allen Lane naquele ano, foi claramente inspirada em suas similares alemãs, a *Tauchnitz Editions* e a *Albatross Modern Continental Library*, seja no tamanho como no design. A utilização de cores nas capas para identificar os temas dos livros, tão conhecida nas edições *Penguin*, foi uma cópia do modelo utilizado pela *Albatross*: laranja para ficção, verde para mistério e policial, azul escuro para biografia etc. (DAVIS, 1984, p. 27-28).

Para Mercer (2011, p. 615), a diferença da *Penguin* e congêneres em relação às iniciativas anteriores seria a união de várias características e condições que, em conjunto e simultaneamente, teriam criado um contexto singular: uma

ampla produção e rede de distribuição, que permitia vender os livros a um baixo preço; a utilização de pontos de venda não tradicionais, como supermercados e drogarias; a publicação de títulos contemporâneos e inéditos, não se restringindo à reimpressão de clássicos, além de capas vistas como inovadoras. No caso específico da *Penguin*, os livros eram vendidos a seis *pence* e escoados para vários pontos de venda seja na Inglaterra como no exterior, principalmente para os países da *Commonwealth*, que compartilhavam a língua inglesa.

Com a Segunda Guerra Mundial, o mundo livreiro foi afetado de diversas formas. O papel passou a ser racionado, a moeda controlada, estradas e meios de transporte foram destruídos, dificultando o envio de produtos. Jovens foram convocados para os campos de batalha, o que diminuiu o número de funcionários disponíveis (DAVIS, 1984, p. 56). Enfim, a Guerra, a princípio, não era o momento propício para a expansão de qualquer negócio. Porém, quando a Guerra chegou à Inglaterra, Allen Lane possuía um grande estoque de papel, não restringindo, ao contrário das concorrentes, a sua produção. Dessa maneira, em apenas três anos, a *Penguin* conseguiu produzir, aproximadamente, 25 milhões de livros e tornou-se um monopólio de dimensão internacional (DAVIS, 1984, p. 29). Parte desse sucesso se explica pela existência de uma demanda por livros baratos e portáteis, de caráter educacional e/ou de entretenimento, para os milhares de indivíduos que estavam no serviço militar, longe de casa e sem muitas opções de lazer. Coincidentemente, uma edição *Penguin* era da mesma dimensão dos bolsos dos uniformes militares, originalmente confeccionados para levar ferramentas, tornando os livros da editora a principal leitura entre os soldados (DAVIS, 1984, p. 56).

Engana-se, contudo, quem acredita que o sucesso da *Penguin* foi resultado da sorte. Desde o seu início a editora mostrou-se de vanguarda. Até a década de seu surgimento, praticamente não existia literatura barata de boa qualidade e recente nas livrarias inglesas. Nas bancas, os livros eram ou reedições de escritores vitorianos ou exemplares sem reconhecimento literário, voltados para as camadas populares. A ideia de Allen Lane era oferecer ao público literatura contemporânea, em edições portáteis (no mesmo formato utilizado pela *Albatross*: 11,1 x 18,1 cm) e a preços acessíveis, o que, para muitos, era arriscado e perigoso para os ganhos da editora e dos autores, devido ao seu baixo preço (OLIVEIRA, 2005, p. 12). Mesmo a editora em que Allen Lane era diretor e pertencia ao seu tio John Lane, *The Bodley Head* (criada em 1890), entendia que era melhor trabalhar com livros de capa dura do que com edições baratas que ofereciam pouco retorno financeiro por exemplar. Contudo, como a década de 1920 foi difícil para a editora e a crise de 1929 colocou em risco a sua continuidade, Allen conseguiu a permissão para reimprimir alguns títulos da casa e levar adiante o seu desprestigiado plano.

Em uma edição da *New English Weekly* de 1936, George Orwell resume a sua desconfiança na época com a proposta da *Penguin*:

Na qualidade de leitor, aplaudo os Penguin Books; na qualidade de escritor, excomungo-os [...] O resultado poderá ser uma inundação de reimpressões baratas que irão prejudicar as bibliotecas circulantes (a madrastra do romancista) e restringir a publicação de novos romances. Isso seria excelente para a literatura, mas péssima para o negócio (ORWELL, 1936 apud MANGUEL, 2002, p. 170-171).

Para Lane, seria necessário vender mais de 17 mil exemplares para cobrir os gastos que teve, mas as primeiras vendas não ultrapassaram sete mil. Para alcançar tal número, a solução encontrada pelo editor foi fechar um acordo com a enorme cadeia de lojas *Woolworth* e colocar as edições *Penguin* em exposição ao lado de alimentos e roupas, embora a ideia causasse estranheza aos administradores da empresa. A partir de então, a circulação dos livros aumentou substancialmente, alcançando inclusive aqueles que não frequentavam livrarias (MANGUEL, 2002, p. 169).

Durante a ascensão de Hitler e a Segunda Guerra Mundial, outra estratégia do editor para aumentar as vendas foi produzir livros sobre o conflito e demais temas populares da época. Em 1937, a editora lançou o selo *Penguin Specials*, que, a partir de uma edição pequena, com linguagem jornalística, discutia o que a imprensa só abordava superficialmente, permitindo que soldados e seus familiares se informassem sobre os dilemas do período. Dessa forma, além dos *paperbacks*, a *Penguin* ainda foi uma das precursoras do livro-reportagem.

Desde o seu início a *Penguin* lançou selos para atender os interesses de diferentes públicos. Nos anos de 1930, a editora já mostrava que os *paperbacks* e/ou os livros de bolso não eram publicações destinadas apenas a leitores das classes inferiores e vistos como de mau gosto literário. Em 1937, criou o selo *Pelican*, uma série de não ficção que contava com renomados autores acadêmicos, a maioria pertencente às humanidades. Em 1938, sob o selo *Penguin Classic*, começou a publicar os grandes clássicos da literatura. Em 1940, lançou o selo *Puffin*, voltado para títulos infantis e, assim sucessivamente, buscando atender diferentes nichos de mercado.

Outra inovação lançada pela *Penguin* foi a revista literária *Penguin New Writing*, uma publicação mensal, editada por John Lehmann, em formato similar a um livro, com textos de ficção (contos, poemas, poesias, etc.) de novos talentos da época, como George Orwell e Graham Greene. John Lehmann já era um respeitado editor quando foi publicada a primeira edição da *Penguin New Writing*, sendo o fundador da respeitada e antecedente *New Writing* (1936-1940) e diretor da *Hogarth Press* desde 1938. Privilegiando a qualidade literária, a *Penguin New Writing* ficou marcada como uma das melhores revistas literárias da história, embora não tenha alcançado as décadas seguintes.

Nos Estados Unidos, o sucesso da revista lançada pela *Penguin* inspirou a criação, em 1951, da *New World Writing*, pela *New America Library*. Impressa até 1964, contribuiu para a divulgação de grandes nomes

da literatura entre o público americano, como John Updike e W. H. Auden. Em 1967, a editora lançaria mais uma revista literária, a *New American Review*, encerrada em 1977 quando já era publicada por outra casa.

Desde 1937, Allen Lane buscava iniciar suas atividades nos Estados Unidos, mas, além de não ter uma pessoa de confiança para representá-lo e por muitos dos seus livros não poderem ser vendidos naquele país devido à lei de *copyright*, o editor inglês precisou esperar até 1939, quando encontrou Ian Ballantine. O jovem de 22 anos, formado na universidade de Columbia, foi escolhido para ser seu distribuidor americano. Os primeiros anos não foram fáceis. Com a Guerra, o papel passou a ser racionado e o envio de livros para os Estados Unidos tornou-se mais difícil com o bloqueio nazista. Logo, a qualidade do papel das edições começou a se deteriorar e, ao mesmo tempo, Allen, vivendo em uma Inglaterra em guerra com a Alemanha, não possuía fundos para auxiliar e ampliar os seus negócios além-mar, deixando sua sede americana, nos seus primeiros dois anos, em desvantagem com suas principais concorrentes, a *Pocket Books* e *Avon Pocket Size Books*, que continuavam crescendo (DAVIS, 1984, p. 50-55).

Com a saída dos editores Kurt Enoch e Victor Weybright da *Penguin USA* para criarem, em 1948, a *New American Library*, Allen Lane transferiu a editora para Baltimore, Maryland, uma cidade mais barata que Nova York para manter um negócio, e contratou Harry Parroissien para desenvolver uma nova estratégia: conquistar o mercado universitário. Publicando clássicos da literatura e textos acadêmicos, a editora conseguiu vender milhares de edições para esse segmento, apesar de não alcançar nos Estados Unidos a mesma relevância que conquistou na Inglaterra e em outros países, não superando, por exemplo, as vendas da *Doubleday*, outra editora interessada nesse leitor (DAVIS, 1984, p. 207).

Estados Unidos

Nos Estados Unidos, o período conhecido como *Paperpack Revolution* iniciou-se com a criação da editora *Pocket Books*, em 1939, por Robert Fair de Graff. Com livros de bolso no formato 11 x 16,5 cm, vendidos a 25 centavos e com a inscrição *complete and unabridged* (versão integral) sob a capa para ganhar a confiança daqueles que desconfiavam da possibilidade de um livro pequeno e barato possuir o mesmo conteúdo de uma edição em capa dura, de Graff pretendia alcançar um público excluído da rede de livrarias tradicionais (DAVIS, 1984, p.12-13).

Até a criação da *Pocket Books*, o livro nos Estados Unidos ainda era, de modo geral, um objeto caro e para poucos. O país possuía poucas livrarias e as existentes eram destinadas e frequentadas principalmente pelas elites. Nelas havia pouco espaço para livros populares e raramente uma edição conseguia vender mais de 25 mil cópias para esse público restrito (DAVIS, 1984, p.16).

Para baixar o preço do livro a 25 centavos, ser competitivo e ainda obter lucro, de Graff percebeu que precisava vender uma grande quantidade de cópias e atingir novos públicos. A solução encontrada foi utilizar os espaços destinados às

revistas e aproveitar a sua ampla rede de distribuição. Utilizando tal sistema, a *Pocket Books* passou a vender suas edições em bancas de jornal, supermercados, drogarias, cigarrarias, aeroportos e, teoricamente, em qualquer lugar que possuísse uma estante para exibição. Desse modo, o interior do país foi alcançado e mesmo não leitores começaram a ter contato com livros ao frequentarem lojas de variedades.

Na verdade, a venda de livros fora das livrarias não foi apenas uma estratégia comercial, mas uma necessidade. As maiores livrarias do país não tinham interesse em vender livros populares e os considerava um risco para o mercado de *hardcovers*. Encontrar outros meios de venda era imprescindível para garantir uma produção elevada ao ponto de tornar essas obras lucrativas mesmo com preços módicos.

Em pouco tempo, diversas editoras de *paperbacks*, como *Bantam*, *Avon*, *Dell* e *Popular Library*, passaram a competir lado a lado nos *displays* de revistas. Segundo Davis (1984, p. 134-135), até o final da Segunda Guerra, as capas desses livros eram simples, com poucas cores, abstratas e sem ousadias editoriais. No entanto, após a guerra, com o aumento da concorrência, as editoras perceberam que capas chamativas, principalmente as com referências sexuais, garantiam uma maior visibilidade e, conseqüentemente, vendas. A partir desse momento, novas estratégias passaram a ser utilizadas: capas realistas e multicoloridas, similares às revistas, favorecendo referências a mulheres seminuas e cenas violentas, além da recorrência a frases ilustrativas para representar o conteúdo e aumentar ainda mais a exposição.

Para críticos do final da década de 1940, as editoras de *paperbacks* exageraram ao buscar lucros com capas apelativas. Se no mesmo período houve uma tentativa de obter credibilidade no mercado editorial com a publicação de autores reconhecidos e temáticas além do policial, faroeste e mistério, a grande concorrência permitiu o que para muitos era uma exploração da vulgaridade e um caminho perigoso para o setor. O início da década de 1950, apesar do aumento do número de vendas, foi marcado pelo debate entre os que defendiam a contribuição dos *paperbacks* para a democratização do livro e aqueles que viam no movimento um empobrecimento cultural e uma desqualificação da obra literária.

Por si só, uma edição mais simples, com papel de qualidade inferior, caracteres reduzidos, maior aproveitamento da mancha tipográfica etc., mais a diversificação dos espaços de venda, incluindo estabelecimentos sem o status social das livrarias, como supermercados e drogarias, já eram motivos para desagradar críticos que viam o livro como um objeto sagrado e restrito. Assim, quando a concorrência levou as editoras a investir em capas apelativas, especialmente com conteúdo sexual, os ataques não demoraram a surgir.

Kurt Enoch, um dos principais editores de livros econômicos do século XX, com passagens pela *Albatross*, *Penguin* e *New American Library*, sintetiza em um artigo de sua autoria, publicado originalmente em 1954, o estigma existente em torno do *paperback* no período:

Do ponto de vista social, o problema fundamental da política da indústria do livro brochado consiste, portanto, em conquistar um público de massa sem perder as virtudes especiais dos livros. Isso não será muito fácil. Já assinala-se que existe na indústria a presunção de que o público de massa é um público inferior; e muitos livros baratos, sobretudo nas capas e orelhas, se conformam com essa ideia. Verifica-se, indiscutivelmente, uma estéril repetição de formulas em muitos westerns, histórias de detetives e romances históricos (ENOCH, 1972, p. 403).

As discussões envolvendo as capas dos *paperbacks* e livros de bolso americanos estimularam os anseios por censura e permitiram a criação do Comitê sobre Materiais de Pornografia Corrente da Casa dos Representantes - *Gathings Committee*, com o propósito de apresentar um relatório sobre esses “excessos” editoriais no final de 1952. A recomendação foi por restringir a circulação dessas obras através de uma lei nacional que proibisse o transporte internacional e entre estados de materiais obscenos e lascivos, maior poder para a administração dos correios restringir ou reter o envio de obras sob determinadas condições e uma autocensura por parte das editoras (SCHICK, 1958a, p. 112-113). A partir de 1953, com a pressão do *Gathings Committee*, grupos civis e religiosos, as editoras começaram a ter maior cuidado com o conteúdo e capas dos livros. Ao contrário de capas dramatizadas, com referências a violência e sexo, intensificou-se a escolha por desenhos abstratos, elementos artísticos e fotografias não polêmicas. Os títulos editados também começaram a possuir maior qualidade literária. No entanto, embora houvesse essa preocupação, as vendas não diminuíram, mas um público em ascensão foi identificado, o de estudantes e professores universitários (SCHICK, 1958b, p. 97-99).

Em 1944 foi aprovado o Ato de Reajustamento Militar - *Servicemen's Readjustment Act*, popularmente conhecido por *G.I. Bill*, com o objetivo de oferecer um conjunto de benefícios aos veteranos da Segunda Guerra Mundial que recomeçavam suas vidas nos Estados Unidos. Entre o oferecido estavam: financiamento para a compra de imóveis, empréstimo para iniciar um negócio ou plantação, seguro desempregado por um ano e, principalmente, pagamento de cursos universitários, técnicos e de ensino médio, incluindo auxílio para a compra de equipamentos e livros. Desse modo, antes de todo esse contingente ir para o mercado de trabalho, cerca de 2,3 milhões de veteranos foram para faculdades e universidades e aproximadamente 6,6 milhões aproveitaram essa oportunidade para participar de programas de treinamento. O resultado foi uma maior demanda por livros, com destaque para os universitários.

Ainda durante o serviço militar, muitos soldados já haviam começado seus estudos com o programa educacional das Forças Armadas, implementado em 1942. Por meio do Instituto das Forças Armadas - *Army Institute*, posteriormente *Army Forces Institute*, eles passaram a receber livros educacionais e manuais de autoaprendizagem que disponibilizavam conhecimentos de mecânica, eletricidade, álgebra, física, meteorologia e diversos outros temas que poderiam ser úteis nos alojamentos militares (SCHICK, 1958a, p.72-73). Portanto, a preocupação

com a formação educacional dos combatentes já estava presente desde essa data e o *G.I. Bill* veio para garantir essa transição dos estudos nos acampamentos para as universidades e incentivar a formação de mão de obra qualificada, não desamparando os veteranos no pós-guerra.

A primeira editora a atender esse novo mercado foi a *New American Library* (fundada em 1948), seja com seus títulos de não ficção (selo *Mentor*) como de ficção (selo *Signet*), sendo a maioria reimpressões (DAVIS, 1984, p. 126). Contudo, o símbolo desse novo momento, dessa aproximação de um leitor universitário e mais intelectualizado com edições vistas como populares foi o selo *Anchor Books*, de 1953, pertencente à editora *Doubleday*. Sob a direção de Jason Epstein, a série, que teve como primeiro título *A Cartuxa de Parma*, de Stendhal, buscava produzir brochuras de qualidade para um público com um gosto mais refinado. Foi nesse período que se estabeleceu a divisão entre as categorias *mass-market paperback* (brochura para o mercado de massa) e *trade* ou *quality paperback* (brochura de qualidade). A primeira abrangia títulos populares, com capas coloridas e papel de qualidade inferior. A segunda abarcava títulos considerados “sérios” e “respeitáveis”, como os universitários, possuía uma edição similar aos livros de capa dura (*hardcover*) e utilizava um papel mais resistente.

Segundo Epstein (2002), a ideia de criar o selo surgiu após diversas visitas à livraria *Eighth Street*, em Nova Iorque, quando ele já era funcionário da *Doubleday*. Frequentando a livraria diariamente e por horas após o trabalho, Epstein tinha contato com obras clássicas, de autores como Proust, Kafka, Marx e Weber, que ele desejava, mas não tinha como possuir devido o alto preço das edições em capa dura. Com o salário de 45 dólares semanais, esses livros apresentavam-se como objetos de luxo inacessíveis. A maioria dos livros de preço baixo até então era reedições de romances populares vendidos fora das livrarias, como em bancas de jornal e aeroportos, e produzidos com materiais de qualidade inferior. A intenção de Epstein era desenvolver uma coleção de livros de preços acessíveis para pessoas como ele, mas que, diferente dos romances populares, fossem mais resistente, encontrassem espaço nas estantes das livrarias e contemplassem títulos e autores respeitados.

A estratégia da *Anchor Books* era atender esse novo público consumidor de livro que surgiu após a Guerra, principalmente o universitário. Com a Lei *G.I. Bill* e outros incentivos federais, o ensino superior deixou de ser um privilégio e passou a fazer parte do cotidiano de grupos que sem financiamento não poderiam cursar uma universidade, como os veteranos de guerra. Essa parcela da sociedade não possuía condições financeiras de consumir os caros livros encadernados das livrarias e, ao mesmo tempo, os livros populares existentes no período não atendiam as suas necessidades. Nesse contexto, a *Anchor Books* e iniciativas posteriores, como as das *Knopf* e *Random House*, acabaram por preencher um nicho inexistente até o final da Segunda Guerra (EPSTEIN, 2002, p. 66).

Os primeiros livros da *Anchor Books* custavam entre 65 centavos e US\$ 1,25, possuíam capas mais grossas que as das brochuras populares e o papel do miolo era mais resistente e branco. De acordo com Epstein (2002, p. 66), os livros se pagariam com a venda de aproximadamente 20 mil exemplares, o que não era um exagero pelos mecanismos adotados: os materiais utilizados na produção dos livros permitiam uma maior durabilidade das edições, podendo permanecer estocadas e/ou expostas por mais tempo; a venda em livrarias, ao invés de bancas de jornal e similares também incentivava um maior tempo de exibição das obras, que não eram substituídas no mesmo ritmo dos jornais e revistas e, por fim, os títulos publicados privilegiavam o leitor universitário, não se restringindo aos sucessos da época, o que aumentava a probabilidade do seu uso contínuo, ano a ano. Assim, mesmo não sendo *best-sellers*, as brochuras “de qualidade” permaneceriam mais tempo no mercado e, em longo prazo, alcançariam vendagens significativas.

Para Escarpit (1976), utilizando como referência as experiências realizadas até a década de 1970,

[...] o paperback literário americano é quase sempre a reedição de um livro já provado ou a caminho de provar-se um best-seller junto ao público letrado. Esse é o único meio de limitar seus riscos. É diferente a situação do paperback funcional, que, por natureza, permite uma programação rigorosa, uma vez que corresponde a uma necessidade identificável e indicável. Ainda que pareça paradoxal, o livro científico é o que se adapta melhor às exigências da difusão de massa (ESCARPIT, 1976, p. 122).

Apesar do período entre o fim da década de 1940 e início da seguinte ter sido marcado por uma estigmatização do *paperback*, visto como um produto inferior, apelativo e sem qualidade literária, a diversidade do público americano no pós-guerra e o sucesso de vendas das coleções a preços reduzidos fizeram com que, logo, quase todo tipo de obra estivesse disponível em versão brochura. Conforme Enoch (1972, p. 389), após a expansão do setor nos anos de 1950, era possível encontrar nas prateleiras das farmácias, lado a lado, “vencedores de prêmio Nobel, [...] Pulitzer, [...] *National Book* e de outras distinções literárias, e talentosos romancistas de muitos países do mundo”. Dessa forma, a conquista do mercado universitário na mesma década, além de consolidar essa massificação do livro, contribuiu para desconstruir as críticas até então atribuídas a essas edições.

Dias atuais

Nas últimas décadas, com a formação de grandes conglomerados internacionais de comunicação, as diferenças entre os mercados nacionais do livro tornaram-se menos evidentes. De modo geral, o que presenciamos foi um maior investimento e oferta de *best-sellers* pelas grandes cadeias de lojas/hipermercados que, por não dependerem economicamente de suas vendas e poderem comprar e vender títulos em grande quantidade, conseguem oferecê-los a preços que são impraticáveis para estabelecimentos de pequeno porte ou que sobrevivem apenas da venda de livros.

As edições em capa dura se popularizaram, empregando materiais de qualidade inferior, capas sem orelhas e sendo oferecidas nos mais variados locais, como bancas de jornal e supermercados, o que resultou na diminuição do seu preço de produção e venda. Assim sendo, com uma menor distância entre os livros de bolso e capa dura/brochura, suas características ficaram mais próximas e as diferenças que persistem são menos rígidas.

Oferecidos aos milhares pelas mesmas grandes cadeias de lojas, com destaque para hipermercados, o preço dos *hardcovers/ trade paperbacks* diminuiu progressivamente ao longo dos últimos anos. Se na década de 1970 um livro em capa dura custava 10 vezes mais que um *mass-market paperback* (10:1), entre os anos 1990 e 2000 esta diferença caiu para apenas 3:1 (THOMPSON, 2012, p. 40). Como consequência, a venda de livros em capa dura/ brochura de qualidade aumentou no período, enquanto a de livros de bolso diminuiu. Sem grande diferença nos preços, muitas pessoas passaram a preferir comprar um livro em capa dura, produzido com material de melhor qualidade e publicado antes das edições econômicas, do que esperar por uma nova edição sem grandes benefícios. Desse modo, como explica Thompson (2012, p. 40-41), ao contrário do que aconteceu entre as décadas de 1940 e 1970, o período entre as décadas de 1980 e 2000 ficou marcado pelo crescimento do mercado de capa dura/ brochura de qualidade, em detrimento do seu oferecimento em edições econômicas e/ou em versão de bolso.

Outra dificuldade enfrentada pelo mercado de edições econômicas foi o lançamento de coleções de clássicos pelas próprias cadeias de livrarias, como a *Barnes & Noble* nos Estados Unidos, aumentando ainda mais a concorrência e diminuindo o interesse de editoras em investir nesse segmento. Como editoras e revendedoras ao mesmo tempo, livrarias como a *Barnes & Noble* conseguem vender seus livros quase pela metade do preço dos selos de editoras tradicionais, como a *Penguin's Classics* e *Random House's Vintage Classics*. Nessa perspectiva, mesmo com um valor de produção menor, grandes conglomerados têm preferido investir em *best-sellers* a reeditar seus títulos mais antigos, contribuindo para o enfraquecimento do mercado de livros econômicos (THOMPSON, 2012, p. 221).

Observamos, portanto, que a relevância da revolução do *paperback* no século XX não se limita às transformações que ela permitiu no mundo editorial do século passado, mas também porque vivemos um momento de questionamento de suas diretrizes. Os parâmetros utilizados para a consolidação do mercado de brochuras/ livros de bolso parecem não ser mais válidos, e, simultaneamente, presenciamos o que pode ser entendido com o caminho inverso, o de renascimento da capa dura. Se iniciamos este texto apresentando as diferenças entre *hardcovers*, *trade-paperbacks* e *mass-market paperback*, a questão hoje é saber se essas categorias ainda são válidas, quais são as suas diferenças e o que está por vir. Se um livro em capa dura agora também pode se enquadrar na definição de edição econômica/ de massa e se um livro de bolso pode ocupar espaços privilegiados em uma livraria quando se produzido pela própria, novos problemas surgem para identificar e delimitar o livro popular no século XXI.

Referências bibliográficas

DAVIS, Kenneth. *Two-bit culture: the paperbacking of America*. Boston: Houghton Mifflin Company, 1984.

ENOCH, Kurt. O livro brochado: um fenômeno editorial do século XX. In: STEINBERG, Charles S. (Org.). *Meios de comunicação de massa*. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1972. p. 385-405.

EPSTEIN, Jason. *O negócio do livro: passado, presente e futuro do mercado editorial*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

ESCARPIT, Robert. *A revolução do livro*: Editora FGV: Rio de Janeiro, 1976.

MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

MERCER, Ben. The *paperback* revolution: mass-circulation books and the cultural origins of 1968 in Western Europe. *Journal of the History of Ideas*, v. 72, n. 4, p. 613-636, 2011. Disponível em: < http://muse.jhu.edu/journals/journal_of_the_history_of_ideas/summary/v072/72.4.mercer.html >. Acesso em: 16 jun. 2012.

OLIVEIRA, Livio Lima de. A revolução da brochura: experiências de edição de livros acessíveis na Europa nos séculos XIX e XX. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. *Anais eletrônicos...* São Paulo: INTERCOM, 2005. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1502-1.pdf> >. Acesso em: 09 jun. 2012.

SCHICK, Frank L. *Paperback* publishing. *Library Trends*, v. 7, n.1, p. 93-104, 1958b. Disponível em: < http://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/5794/librarytrendsv7i1k_opt.pdf?sequence=1 >. Acesso em 4 jun. 2012.

SCHICK, Frank L. *The paperback book in America: the history of paperbacks and their European background*. Nova Iorque: R. R. Bowker Company, 1958a.

THOMPSON, John B. *Merchants of culture: the publishing business in the twenty-first century*. 2. ed. Nova Iorque: Plume, 2012.

Nota

1. Termo cunhado por Robert Escarpit em seu livro *La Révolution du livre*, originalmente publicado em 1965 (ESCARPIT, 1976). Na literatura de língua inglesa a expressão foi traduzida para *paperback* revolution. A obra foi escrita a pedido da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO para analisar a expansão e sucesso dos livros a baixo preço no período, essencialmente livros de bolso e brochuras. Para a UNESCO, esse processo era uma oportunidade para difundir o acesso à informação aos povos e promover o desenvolvimento econômico e social.

Reflexões sobre o fazer cinematográfico: a ética como bússola para uma nova cartografia do cinema mundial¹

*Contemplating filmmaking: ethics as a compass for a new
cartography of world cinema*

Ana Paula Martins Gouveia I

Universidade de São Paulo
Escola Superior Artística do Porto (ESAP)

Resumo

Este artigo se dispõe a fazer uma breve reflexão sobre o filme “O Grande Silêncio” de Philip Gröning e a conexão que o mesmo estabelece com a questão ética do fazer cinematográfico; sendo a ética aqui entendida como um campo de investigação sobre os meios de se alcançar a felicidade. O filme de Gröning se destaca triplamente dentro desta reflexão, ao se pensar a ética (ethos) enquanto conduta, local físico e temática do filme.

Palavras-Chave: Ética; cinema; filosofia.

Abstract

This article intends to do a brief reflection on the film “Into the Great Silence” by Philip Gröning and its connection with Ethics in ancient philosophy. The film stands out in three specific ways considering this analyzes; Firstly in terms of ethical conduct; Secondly, thinking about “ethos” as “dwelling”, or “living place”; And thirdly by the very thematic of the film, which is nothing but the very search for happiness and the attempt to understand how it can be achieved.

Keywords: Ethics; film; philosophy.

¹ Este artigo foi originalmente pensado como uma apresentação oral no XVI Encontro Socine, na sessão: Por uma Filosofia do Cinema, em 2012.

Introdução

De maneira abrangente, ao tentarmos entender o que efetivamente é uma cartografia, podemos nos referir a ela como a arte de representar uma determinada superfície, ou campo de investigação, através de algum tipo de código expressivo. De forma mais específica, a designação de cartografia, tal qual introduzida no século XIX, foi criada pela associação da palavra às cartas utilizadas para a localização, dentre as quais era possível distinguir as cartas geográficas, que delinham os contornos dos continentes, e as cartas náuticas que, para além de nos mostrar esses contornos, também ofereciam indicações para a orientação dos navegadores.

Para este estudo, gostaria de pensar na cartografia do cinema mundial de uma forma mais ligada a estas antigas cartas náuticas, que também serviam como uma forma de orientação aos navegadores, mais do que um desenho preciso dos contornos da geografia; isto é, mais do que uma forma de “localização” das novas produções cinematográficas, gostaria de sugerir um exemplo que possa nos servir como guia. Para refletir sobre este sentido de bússola, e não de contorno, foi pensado um modelo específico de universo fílmico, onde era possível encontrar uma forma de orientação que se desdobrasse em vários aspectos da ética do fazer cinema. Foi selecionado, então, o quinto filme do cineasta alemão Philip Gröning, “O Grande Silêncio” (*Die Grosse Stille*), que parece trazer consigo um indicativo do proceder cinematográfico, o qual penso ser fundamental para que uma nova cartografia do cinema mundial, calcada na ética, possa ser traçada.

O filme *O Grande Silêncio* pareceu-me singularmente significativo para abordar aquilo que acredito ser uma questão fundamental não só ligada ao cinema, mas a todo universo das contemplações e práticas humanas - a ética; sendo que aqui a ética é entendida como o estudo sobre os meios de se alcançar a felicidade e também um campo de investigação sobre o que significa a felicidade.

Com este intuito, refletiremos em primeiro lugar sobre o fato de Gröning dar um exemplo de conduta ética, pelo modo como se comporta ao longo de todo o trabalho, desde o momento em que decide filmar o mosteiro, até o momento em que o finaliza e, principalmente, as razões que o motivaram à escolha do tema. Em um segundo momento, falaremos sobre “ethos” enquanto morada, e aqui se fará uma investigação sobre o ambiente filmado enquanto elemento do enunciado, e a sua posterior enunciação que cria uma nova morada para o espectador. Em terceiro lugar, penetraremos na temática do filme, no caminho percorrido, e em como a busca do diretor se concilia, de alguma forma, com a busca dos monges ali retratados; e esta busca da felicidade, enquanto componente ético, também se reflete em cada um de nós presentes na projeção do filme. Uma tentativa de compreensão de como a felicidade, pelo menos enquanto meta, é passível de ser alcançada.

Ethos como conduta:

Em primeiro lugar, iremos refletir sobre o sentido da palavra ética, conforme e sua origem grega “ethos”, em um de seus significados originais, enquanto “modo de ser”, “caráter”, “comportamento”, que fundamentalmente se questionava sobre a felicidade e os meios de se atingi-la; em contraste com a posterior moral, “mos” e “mores”, do latim “costume”, que se fundamenta principalmente na obediência às normas, tabus, costumes ou mandamentos culturais, hierárquicos ou religiosos recebidos e feitos pela sociedade.

O termo ética, enquanto forma de comportar-se, busca encontrar um modo positivo dos seres humanos viverem em comunidade, calcado na capacidade de bem estar através da compreensão e do pensamento. Na filosofia clássica, a ética abrangia todos os campos ligados à maneira de viver. Com a posterior especialização das áreas do conhecimento, particularmente depois da Revolução Industrial, isso foi se transformando, muito embora desde a Idade Média esta noção mais normativa dos códigos éticos tenha sido bastante divulgada.

De forma bastante genérica, poderíamos dizer que hoje em dia é bastante comum se delimitar uma possível definição de ética como sendo a área que estuda o comportamento e as normas morais da sociedade, que busca entender os costumes de determinadas culturas; a diferença entre a Moral seria que, enquanto a ética tenta compreender a conduta humana, a moral estaria mais ligada aos valores atribuídos a esta, isto é, à qualidade desta conduta, onde o julgamento ganha uma maior dimensão, principalmente dentro das dicotomias “Bem e Mal”. Todavia, as noções de Ética e de Moral foram se tornando cada vez mais próximas. Falamos, por exemplo, em “código de ética profissional”, onde literalmente se estabelece leis de conduta para se exercer determinada profissão.

Mas neste estudo, não é sobre as regras que se quer refletir, mas sim sobre a conduta pessoal, como se através da compreensão e da busca de conhecimentos cada vez mais profundos, ou mesmo “insights” pessoais, pudéssemos ser capazes de estabelecer certos “códigos individuais de conduta” que, independentemente ou não dos códigos já estabelecidos pelas leis, fossem capazes de trazer uma vida mais significativa, compassiva e sábia para nós e que de forma direta ou indireta fosse capaz de beneficiar os outros.

Este tipo de procedimento, particularmente ligado à ética, serve como exemplo para várias áreas do conhecimento e da vida, como fica claro também no trabalho do filósofo contemporâneo Pierre Hadot. Falecido em 2010, o filósofo francês passou muitas décadas se empenhando em reler a tradição da filosofia clássica, a qual, segundo Matthew Kapstein (2001, p. 47), tenta restaurar a relação entre pensamento e ser, dentro do universo filosófico inicialmente proposto pelos gregos. Ao criar o conceito de “exercício espiritual”, Hadot sugere que a filosofia vista por esta perspectiva reaparece em seus moldes originais, não como uma construção teórica, mas sim como um método para treinar as pessoas a viverem e a verem o mundo de uma nova maneira, a filosofia serviria então como uma tentativa de transformar a humanidade. Ele afirmava ainda que um filósofo deveria ser avaliado pela maneira como vive, mais do que por aquilo que simplesmente escreve (HADOT, 1995, pp. 418-19).

Em uma direção semelhante, que enfatiza a ética cotidiana, o cientista e monge francês Matthieu Richard (2007) tenta descrever a nossa forma de conduta de forma bastante clara. Ele diz que as bases para a ética são extremamente simples: nada é intrinsecamente bom ou ruim, o bem e o mal existem somente em termos da felicidade ou do sofrimento que eles criam para nós mesmos e para os outros.

Se formos capazes de refletir sobre as nossas ações e, neste processo, nos tornarmos conscientes não apenas das consequências dos nossos atos, mas também do quão fundamental é o questionamento ético sobre tudo aquilo que fazemos, talvez a ideia de Hadot, de que deveríamos ser avaliados pela maneira como vivemos, mais do que por aquilo que escrevemos, pudesse ser um fator capaz de transformar não só a relação que estabelecemos com os outros, mas também de trazer um maior bem estar individual e coletivo. Este tipo de preocupação naturalmente reforçaria esta sensação de bem-estar social.

Para definir o sentido de compaixão o cineasta, filósofo e escritor budhista¹ tibetano Dzongsar Khyentse Rinpoche (2008) nós oferece uma fórmula muito simples, basta colocar os nossos pés nos sapatos dos outros. Isso é, teríamos que desenvolver a sincera capacidade de nos colocar no lugar dos outros, olhar uma situação e tentar vislumbrar não apenas nossas limitadas perspectivas em relação a uma dada situação, mas, principalmente, como outros se sentem em relação àquela circunstância. Por mais “monstruosa” que uma determinada pessoa possa parecer, é importante refletir se não seria a própria ignorância da mesma sobre as consequências de seus atos a responsável por tal procedimento. Como afirmou Sócrates, as más ações são o resultado imediato da ignorância. Ele acreditava que as pessoas naturalmente fariam o que é bom, caso soubessem o que é certo (SAHAKIAN, 1993, pp. 32-33).

Um dos primeiros filósofos ocidentais a incentivar tanto os seus discípulos quanto os cidadãos comuns a voltar sua atenção para a condição da humanidade, e dar menos importância ao mundo exterior, ele acreditava que o conhecimento que se voltasse para as condições da vida humana deveria ser colocada no patamar mais alto das investigações que pudessem ser feitas no universo do saber, sendo todas as outras áreas do conhecimento relativamente secundárias. O auto-conhecimento é considerado um bem essencial. Para Sócrates, se alguém quiser atingir a auto-conhecimento, deve tornar-se consciente de todos os fatos (e seu contexto) relevantes à sua existência.

Ainda segundo o filósofo, caso um criminoso estivesse verdadeiramente consciente das consequências dos seus atos, ele não cometeria nem sequer pensaria em cometer essas ações. Qualquer pessoa que saiba o que é verdadeiramente certo, irá automaticamente se comportar em acordo com este saber. A virtude é então equiparada à felicidade. O homem verdadeiramente sábio saberá o que é certo, fará o que é bom, e, portanto, será feliz.

Mas, como vimos em Richard, os valores “bem e mal” não são intrínsecos aos fatos, mas sim aos resultados de sofrimento ou alegria que podem gerar, não só em termos pessoais, mas também em relação aos que nos rodeiam.

Voltando a nossa preocupação inicial, o que então, no comportamento de Philip Gröning, chama a atenção? O cineasta declara que a ideia original de fazer o filme ocorreu-lhe em 1984, quando ainda estava na escola de cinema:

Havia terminado o meu primeiro curta-metragem e estava sob a impressão do caos e dos jogos de poder durante os trabalhos de filmagem. Queria fazer algo que me trouxesse de volta àquilo que considero o trabalho artístico. Para mim, isso significa trabalhar com verdade... Assim cheguei à ideia do convento do silêncio. E aí tudo levou muito tempo (COBERTT, 2006).

O fato do cineasta, naquela curta e intensa experiência de fazer o seu primeiro curta-metragem, imediatamente identificar como problemas aquilo que ocorria em seu meio, os “jogos de poder” e o “caos”, demonstra aspectos da sua conduta e de seus questionamentos, que me parecem bastante pertinentes à perspectiva aqui apresentada. É muito comum este tipo de situação acontecer em nossas relações de trabalho, para grande parte das pessoas, nas mais diversas ocasiões - como escreveu Klauss Vianna “...a inconsciência é o que gera a mediocridade. O bailarino tem os mesmos problemas de um sapateiro” (VIANNA, 1990, p. 26) - mas, saber detectar e reagir a isso, e efetivamente buscar caminhos alternativos e capazes de nos trazer satisfação, dando continuidade aos valores que realmente acreditamos, nem sempre é a conduta mais comum; nem todos optam pela conduta mais ética. Além disso, muitas vezes o que se vê é as pessoas alimentarem aqueles sentimentos, dizendo que esta ou aquela pessoa fez isso ou aquilo, todos começam a culpar uns aos outros, em vez de efetivamente buscar outras soluções, e trabalhar o problema de forma a também descobrir os próprios erros, ou mesmo perceber o quão limitada é a nossa perspectiva, e não simplesmente apontar as falhas alheias.

Não foi isso que Gröning fez, ele simplesmente foi investigar outras formas de trabalhar com a natureza mesquinha dos seres humanos, como afirma Schopenhauer (2003). É importante entender que quando se fala em seres humanos, estamos incluindo a todos, inclusive a nós mesmos. Além disso, a forma como ele se comportou durante todo o processo de filmagens, evitando ao máximo fazer barulhos, efetivamente vivendo no mosteiro e se incorporando à rotina, ser a única pessoas a entrar lá e ser capaz de descartar uma equipe, não trazer equipamento de luz, o respeito em relação a escolha feita pelos monges, a busca de sentido e beleza que pudesse estar ali presentes, entre tantas outras atitudes e qualidade de caráter que ali foram demonstradas, evidenciam a conduta ética do cineasta; a qual nos parece exemplar no sentido que aqui nos propomos a pensar, enquanto bússola para o fazer cinematográfico.

O cineasta manteve sempre a palavra dada aos monges e a fidelidade a si mesmo; ele não “caiu em tentação” e, ainda assim, o filme adquiriu uma dimensão muito pouco esperada, pelo menos em termos de apelo comercial - um filme de 162 minutos, praticamente todo em silêncio, apenas com os ruídos do local e algumas palavras dos monges, com nenhum tipo de luz artificial, além das velas do próprio mosteiro, etc. -, recebendo inúmeros prêmios nacionais e internacionais² e tendo sido visto, no ano de seu lançamento, por mais de 100 mil espectadores.

Sem estabelecer um discurso piegas sobre uma personalidade de exceção, queremos apenas tomar este exemplo do documentário feito por Gröning, para refletir sobre a importância da um tema como este - a ética no cinema e nas artes -, o qual, muitas vezes por ser visto como pouco “objetivo”, ou mesmo fora do *mainstream*, acaba por ser negligenciado nos debates sobre cinema e das artes em geral. Como enfatiza Tchekhov, não deveria ser o artista “um ser dotado da capacidade de ver e vivenciar coisas que são obscuras para a pessoa comum” (CHEKHOV, 2010, p. 3). Poder ver e vivenciar uma situação onde a ética é o aspecto mais importante, e ser capaz de transmitir isso ao público, parece ter sido parte da proposta do cineasta, que transformou sua arte em espelho e o fez refletir sobre o seu público.

Ethos como morada:

Em segundo lugar, ao pensarmos no resgate de um outro sentido da palavra ética, ainda conforme sua origem grega “ethos”, que também abrange o significado de “morada”, “lugar onde se vive”, e verificarmos que o filme de Gröning tem como cenário um mosteiro da ordem dos cartuxos, na grande Chartreuse dos Alpes franceses, vemos que o processo ético abordado como forma de conduta por parte do próprio documentarista, ganha mais uma camada de significação, ao investigarmos a ética também como local habitado por nós em *O Grande Silêncio*, quando somos convidados a coabitar com os monges cartuxos em um mosteiro que nos é mostrado através do olhar do cineasta. Ele nos transporta a uma morada onde disciplina, conduta, respeito, silêncio, dedicação, entre tantas outras características, se tornam a nossa própria morada por 162 minutos.

Ao ser indagado como se faz um filme que, ao descrever um mosteiro, torna-se ele próprio um mosteiro, o cineasta responde, “Até hoje ainda não sei como, mas sei que é possível. Em um dado momento, o filme encontrou a sua forma e tornou-se um espaço e não uma narração” (CORBETT, 2006). Esta percepção do espaço como “substituto” da narrativa, revela de forma ainda mais clara a dimensão que a “morada”, o “ethos”, ocupa no trabalho realizado por Gröning. O filme acontece em um único local, ficamos ali, imersos, presentes em uma habitação que até então não havia sido por nós frequentada, e também penetramos neste “ethos” silencioso em um lugar similarmente desprovido de luz artificial direta (a não ser a vinda do projetor), pelo menos durante o tempo em que dura aquela sessão. Além disso, o silêncio também faz parte do ambiente da sala de cinema, o “código” ético estabelecido entre o público do filme, de forma não verbalizada, também é o de silêncio.

Assistimos às silenciosas imagens circundados pelos nossos silêncios, pelas respirações, um leve ruído de um ajeitar-se na cadeira, uma tosse encoberta pelas mãos, um zíper de bolsa aberto com cuidado, um telefone móvel “distraído” desligado em um último momento. O local que habitamos por algumas horas para assistir o filme se mistura com aspectos do local observado, e somos como que levados a tentar desenvolver as mesmas qualidades de disciplina, conduta, respeito, silêncio e até dedicação, que os cartuxos em seu mosteiro. O “ethos” do cinema nos abriga por algumas horas e traz em seu ventre as irradiantes qualidades de uma convivência pacífica e silenciosa. Ainda que alguns possam se sentir “entediados” durante a projeção, a ética da conduta na sala os leva a permanecer ali de

forma silenciosa, ou retirar-se como acontece com muitos dos candidatos a monges que vão até o mosteiro e, depois de algum tempo, desistem da “carreira”, ou são nomeados pelos próprios integrantes a se retiraram; não por reprovação, mas simplesmente por não terem o perfil adequado para aquele estilo de vida; como aconteceria com um espectador do filme que rompesse com o acordo silencioso que é estabelecido ao se entrar na sala de cinema. Se alguém começasse a fazer barulho ou a se comportar de forma inadequada, alguém teria que pedir que ele se retirasse, caso a pessoa não o fizesse por vontade própria. Para aqueles que aceitam o desafio, por algumas horas, sala de cinema e mosteiro se equiparam e somos convidados a estabelecer uma conduta de acordo com tais regras, mas tanto os monges como nós espectadores, na maioria absoluta dos casos, vamos até ali por vontade própria e permanecemos por vontade própria, o “ethos” enquanto local nos ajuda a caminhar de acordo com o “ethos” enquanto conduta.

Um dos seminários apresentados durante o 10º Encontro da Sociedade Internacional de Etnologia e Folclore (SIEF) pela antropóloga Ana Cristina Lopes (2011), evidencia o fato de como uma pessoa é capaz de transformar um local e vice-versa, quando um determinado tipo de conduta é estabelecido como pertinente àquele espaço, depois deste ter sido de alguma forma sacralizado por uma determinada presença; mas tudo isso depende, para ser completo, da participação ativa dos envolvidos³. Este tipo de constatação evidencia mais uma vez esta relação de como o local que habitamos, a morada, ainda que seja por algumas horas, como no caso do filme ou mesmo do ritual, é capaz de influenciar a nossa conduta e de como estes dois sentidos da palavra “ethos” se abraçam de forma ainda mais forte.

Esta ligação entre o comportamento e o ambiente, vista de forma mais genérica - e que foi fonte de questionamentos desde o princípio dos estudos mais especializados em sociologia, antropologia, ciências políticas ou mesmo da psicologia, da filosofia e da própria biologia, onde bate-se em uma tecla bastante recorrente de como o meio é capaz de influenciar o homem e vice-versa -, é algo relativamente muito divulgado; mas este não é o ponto que se quer discutir aqui.

Também não é o caso, como pode ser verificado em determinados tipos de expressão artística como, por exemplo, o naturalismo (muitas vezes tido como reducionista), tão bem representado por Émile Zola, de se tentar criar, ou reproduzir, um retrato dito “fiel à natureza”, a qual é evidenciada e expressa. Novamente, não é sobre este tipo de preocupação de que estamos falando, não é sobre uma reprodução “fidedigna” da vida no mosteiro.

Estamos nos referindo à entrada em um universo que nos é trazido pelas imagens em movimento, e que é capaz de nos transformar, que temporariamente nos desloca, nos arrebate, nos tira da zona de conforto que estávamos acostumados, e que pode nos abrir diversas perspectivas e questionamentos sobre as nossas próprias vidas e escolhas. É deste abalo causado pelas imagens, que se impõe de forma magistral através do silêncio, de que estamos falando. Não estamos falando de um universo, de um local, pré-existente, mas sim de um processo, de um transformar-se que é proporcionado por aquele “ethos” proposto e apresentado pelo cineasta.

A observação mais detalhada do filme nos oferece uma possibilidade de reflexão, e mesmo de transformação, sobre como nos remetermos a significação de “ethos” e seus respectivos sentidos, para que possamos ir mais a fundo na descoberta de possíveis camadas de investigação, as quais não estavam necessariamente já expostas quando começamos a assistir o filme. E é por isso que, de forma mais ou menos latente, habitamos durante a projeção do filme, ou mesmo durante a leitura destas páginas, em um espaço também físico, mas principalmente mental, que nos permite navegar por novos universos de sentido, sejam estes vividos de forma mais emocional, intelectual ou mesmo meditativa. Como se a penetração nesta dimensão tácita de nós mesmos, trazida pelo filme, fosse capaz de tornar os espectadores sensíveis à tal proposta, ao conduzi-los a um local, um ethos, até então inexplorado.

Ethos como temática (ou caminho a ser percorrido):

Em terceiro lugar, para investigar o caminho percorrido, ou a temática do filme, pensamos no sentido clássico dos estudos sobre ética que, como foi dito, fundamentalmente se questionavam sobre a felicidade e os meios de atingi-la. É interessante enfatizar que, na antiguidade, a ética era entendida como a busca do entendimento sobre as formas mais plausíveis de se alcançar a felicidade e também como uma investigação sobre o que significa a felicidade; ao longo dos tempos, a questão ética foi se equiparando às questões mais ligadas à moral (como foi mencionado acima). Durante o Renascimento, entretanto, voltou-se a pensar novamente sobre ética como uma área de conhecimento voltada para os meios de alcançar bem estar e felicidade; hoje em dia, muitas vezes os conceitos se confundem, chegando a parecer mais uma questão terminológica, do que de “conteúdo” propriamente dito. Mas, como deve ter ficado claro, é sobre esta perspectiva ligada à investigação dos meios de se obter a felicidade, que nos referimos neste estudo.

Assim sendo, percebemos como o principal tema do filme - o trajeto percorrido, o caminho - a tentativa de entender aspectos da condição e das escolhas humanas como ferramentas que podem nos levar à felicidade. De forma similar à trajetória da própria filosofia, Gröning também nos propõe fazer esta reflexão.

O convite à contemplação não implica em uma resposta definitiva, ou única. Ao longo dos tempos, os estudos filosóficos que se preocuparam com o tema da felicidade, apresentaram respostas variadas, e sistemas filosóficos diferentes levantaram inúmeras propostas para uma compreensão específica sobre os meios de se obter felicidade; muitos se calcam na simplicidade (como Demócrito), na auto-suficiência (como os cínicos), na serenidade (como os estoicos), na ausência de julgamento (como os cétricos), na capacidade de beneficiar e de Agir (como pensou Espinoza), e assim por diante. Se pensarmos em uma “questão central” relativa à ética, sobre a qual tantos se debruçaram, talvez possamos dizer que uma frase possível para resumi-la seria: Como devemos agir perante os outros e a nós mesmos para sermos capazes de “criar”, ou mesmo de “sentir”, felicidade?⁴

A busca de Gröning nos traz alguns indícios nesta direção. Ao ser indagado sobre como fora a experiência de viver entre os monges durante a rodagem, o cineasta responde que havia sido uma boa experiência, e que este era o principal motivo para haver feito esse filme. Ele diz:

No princípio, estava muito triste e solitário. Quando não se fala, a pessoa começa a refletir sobre o que faz e vem um vazio. Então a coisa mudou, pouco a pouco a percepção ficou bem mais clara, e tive uma sensação tranquilizadora. Tudo o que você vê ou ouve o faz feliz como ser humano. É uma coisa curiosa: quando você consegue não ficar pensando no próximo momento, nem fazer muitos planos – é uma espécie de pura felicidade. Você fica simplesmente feliz. (COBERTT, 2006)

E, ao ser perguntado se fora difícil retornar à sua antiga vida, após deixar o mosteiro, ele fala:

Acima de tudo tomei consciência – após conviver com essas pessoas bastante livres de medos – de quanto a nossa sociedade é dirigida pelo medo. Costumamos dizer que ela é impulsionada pelo consumo e ganância, mas isso não é verdade. Ganância, consumo, o desejo de ter um novo Porsche, por exemplo, é uma máscara para o puro medo. É uma sociedade que beira o pânico, e isso foi difícil de aceitar (COBERTT, 2006).

É interessante notar que o cineasta efetivamente afirma ter tido momentos de “pura felicidade”, simplesmente por estar ali, sem fazer planos, presente em cada detalhe, em cada momento; além disso, fica também evidente, que ele entra em um estado de reflexão sobre a vida, e o medo que nos envolve a todo instante. O simples prazer de estar tranquilo e livre, traz a felicidade para ele, assim como afirmava Epicuro, para quem a felicidade consiste na busca do prazer (Epicuro, 2002), que ele definia como um estado de tranquilidade e de libertação do medo (ataraxia), e de ausência de sofrimento (aponia). Para ele, a felicidade não é a busca desenfreada de bens e prazeres corporais, mas o prazer obtido pelo conhecimento, amizade e uma vida simples. Ele argumentava que ao comermos, obtemos prazer não pelo excesso ou pelo luxo culinário (que leva a um prazer fortuito, seguido pela insatisfação), mas pela moderação, que torna o prazer um estado de espírito constante, mesmo se nos alimentarmos simplesmente de pão e água.

A experiência dos monges e do próprio Gröning parecem muito similares ao ideal de simplicidade sugerido por Epicuro. O tema do filme parece ficar ainda mais evidente através de um dos únicos momentos falados ali presentes, quando, quase ao fim da película, um dos monges diz que aquilo que eles vivem é a pura felicidade, ele diz que “...basta fazer isso (acreditar em Deus) para sermos felizes”. Talvez este “isso” da frase, possa ser substituídos por muitas coisas, de acordo com a visão de cada um, mas temos novamente aqui enfatizado o caráter de caminho, de trajetória a ser percorrida, e das escolhas feitas ao longo da vida. Para os monges a opção parece clara, e para o cineasta uma busca em processo, a qual foi tão belamente compartilhada com o público.

Considerações finais

Como foi sugerido no início deste texto, ao se pensar na cartografia como uma forma de orientação aos navegadores, mais do que um desenho preciso dos contornos do cinema mundial, este breve estudo faz uma reflexão e se utiliza da ética com o sentido de bússola. Acreditamos que o filme *O Grande Silêncio*, juntamente com o seu realizador, mostram-nos uma forma de viver e agir que parece pertinente ao trilhar ético tal qual aqui enfatizado, através da conduta, do próprio ambiente que criamos e vivemos e do caminho que escolhemos percorrer.

De uma forma ou de outra, todos nós, seres humanos, estamos em busca da felicidade, a forma como buscamos atingi-la é que parece ser bastante variável. Talvez a remoção da ignorância, como afirmou Sócrates, que nos impede de agir de forma ética, e também a simplicidade, como retratada por Epicuro, possa nos levar a alguns indícios de como proceder para que isso possa acontecer de forma individual e coletiva.

Deixamos aqui apenas relatado algumas impressões de uma proposta cinematográfica e ética que nos parece pertinente a esta nova bússola cartográfica, querer efetivamente trilhar passos similares, ou seguir tal orientação, fica a critério de cada um.

Referências bibliográficas

- CHEKHOV, Michael. *Para o Ator*. Tradução Álvaro Cabral. São Paulo: Martins Fontes, 2010 (primeira edição brasileira 1986).
- EPICURO. *Carta sobre a felicidade (a Meneceu)*. Tradução e apresentação de Álvaro Lorencini e Enzo Del Carratore. São Paulo: UNESP, 2002 (2ª edição).
- HADOT, Pierre. *Qu'est-ce que la philosophie antique?* Paris: Gallimard, 1995.
- KAPSTEIN, Matthew T. *Reason's Traces. Identity and Interpretation in Indian and Tibetan Buddhist Thought*. Boston: Wisdom Publications, 2001.
- KEOWN, Damien (). *The Nature of Buddhist Ethics*. London: Palgrave, 2006.
- KHYENTSE, Dzongsar Jamyang. *What makes you not a Buddhist*. Boston & London: Shambhala, 2008.
- LOPES, A. C. *Performance and Text in the Making of Tashiding (Sikkin, India) as a Power Place*. Apresentado na 10ª SIEF (Sociedade Internacional de Etnologia e Folclore), realizado em Lisboa entre 17 a 21 de Abril de 2011.
- RICARD, Matthieu. *Happiness: A Guide to Developing Life's Most Important Skill*. NY, Boston, London: Little, Brown and Company (Hachette Book Group), 2006.
- SADDHATISSA, H. *Buddhist Ethics*. London: George Allen & Unwin, 1970.
- SAHAHIAN, William S. & SAHAKIAN, Mabel Lewis. *Ideas of the Great Philosophers*. New York: Barnes & Noble Books, 1993.

SCHOPENHAUER, Arthur. *A Arte de Insultar*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

TURNER, Victor. *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*. New York, Paj Publications, 1982.

VIANNA, Klauss. *A Dança*. São Paulo, Edições Siciliano, 1990.

Filmografia

Die Grosse Stille (O Grande Silêncio) (2005) Dir. Philip Gröning, Alemanha.

Website

CORBETT, Deanne. *Silêncio dos monges vira sucesso de bilheteria*. 2006. Disponível em: <http://www.dw.de/dw/article/0,,1890158,00.html>.

Nota

1. A termo “buddhista”, muito embora conste do dicionário com apenas um “d” e sem o “h” (isto é, budista), é originário da palavra Buddha em sânscrito, que é composta pelas sílabas Bud + Dha, a palavra sem estes duas letras teria outro significado. É importante lembrar que estamos tratando de um termo estrangeiro, e a mera adaptação fonética, em termos de sonoridade, não é o suficiente para nos remeter ao sentido original da palavra. Uma explicação mais detalhada sobre o assunto poderá ser encontrada brevemente em meu livro “Como Ler Filosofia Buddhista” a ser lançado pela editora Paulus em 2014.
2. Entre eles: Prêmio Especial de Juri no Festival de Sundance (2006); Prêmio de filme Europeu na categoria documentário (2006); Melhor documentário no Festival de cinema da Bavária (2006); Prêmio da associação de críticos de cinema da Alemanha, como melhor documentário (2006); Prêmio dos críticos de cinema da Alemanha, também como melhor documentário (2006); Prêmio de melhor Câmera da Alemanha, melhor direção de câmera em documentários (2006); Na Itália recebeu o prêmio internacional Ennio Flaiano por melhor filme e melhor direção de fotografia.
3. Ao falar de Tashiding, na Índia, autora escreve: “The keyword here is experience, or better yet the sharing of experience. Indeed, the nature of a place like Tashiding can only be fully grasped through a personal experience, which “would be incomplete,” recalling here Victor Turner, “unless one of its ‘moments’ is performance.”
4. Uma discussão mais delongada sobre o tema pode ser visto no já citado: “Ideas of the Great Philosophers”.

Aspectos éticos, poéticos e comunicacionais do pensamento político de Jacques Rancière¹

Ethical, poetical and communicational aspects of the political thought of Jacques Rancière

Angela Cristina Salgueiro Marques | Universidade Federal de Minas Gerais
Doutora em Comunicação Social pela UFMG. Professora do Programa de Pós-Graduação da
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Resumo

O texto explora dois aspectos do pensamento político filosófico de Jacques Rancière: em primeiro lugar, avalia a guinada ética da contemporaneidade, que transforma a política na legitimação das necessidades da ordem consensual. Em segundo, explora a abordagem dos conceitos de igualdade e desidentificação no âmbito de uma articulação ética para as relações políticas conflituais entre parceiros que, enquanto seres dotados de fala e ação, criam cenas nas quais desenvolvem, poeticamente, seus desentendimentos e vínculos comunicativos.

Palavras-Chave: Ética, política, comunicação.

Abstract

The aim of this article is to explore two main aspects of Jacques Rancière's philosophical political thought: first we evaluate the contemporary ethical turn which transforms politics into the legitimation of the necessities of a consensual policy order. Second we explore the concepts of equality and desidentification in the scope of an ethical articulation for the conflictive political relations between partners (considered as individuals of speech and action) create scenes in which they poetically develop communicative bonds and dissensus.

Keywords: Ethics, politics, communication.

As reflexões políticas de Jacques Rancière nos apontam para uma ética dos arranjos sociais e das relações intersubjetivas baseada no conceito de igualdade. Entretanto não se trata da igualdade conferida aos sujeitos pelas leis ou tampouco daquela garantida pela redistribuição de recursos econômicos. A igualdade entre os sujeitos para ele deve ser não um pressuposto, mas objeto de constante verificação. E o modo como essa verificação ocorre depende de práticas e ações políticas, comunicacionais e estético-poéticas.

Ao definir a política como a “cena na qual se colocam em jogo a igualdade ou a desigualdade dos parceiros de conflito enquanto seres falantes” (1995, p.81), Rancière nos fornece pistas para entendermos como as relações intersubjetivas devem se configurar eticamente em uma cena na qual um jogo comunicativo e dissensual se desenvolve e auxilia os indivíduos a se constituírem como sujeitos emancipados enquanto, ao mesmo tempo, coloca em xeque uma ordem dominante que apaga conflitos, diferenças e resistências.

Este texto pretende explorar dois aspectos do pensamento filosófico de Rancière: primeiro uma definição negativa que ele associa ao que define como guinada ética na contemporaneidade, ou seja, a transformação dos esquemas interpretativos de nossa experiência em uma tábula rasa, homogeneizante e consensual de modo que a força dessa virada consiste em sua capacidade de “recodificar e inverter as formas de pensamento e atitudes que antes queriam uma mudança política e estética radical” (2010, p. 201). A política, por meio de tal guinada, se transforma na legitimação das necessidades da ordem consensual.

Em segundo lugar, observa-se que a abordagem elaborada por Rancière dos conceitos de emancipação e igualdade propõe uma articulação ética para as relações políticas conflituais entre parceiros que, enquanto seres dotados de fala e ação, criam cenas nas quais desenvolvem, esteticamente, seus desentendimentos e vínculos comunicativos. O objetivo, ao ressaltar esses dois âmbitos do pensamento do autor, é revelar tanto um diagnóstico pessimista feito pelo autor com relação ao funcionamento democrático das sociedades contemporâneas, quanto uma concepção de política que poderia, talvez, trazer novas esperanças de redefinição dos modos de organização e distribuição do comum que define quem toma parte de uma comunidade e como se dá sua participação.

No que se refere à guinda ou virada ética da política, Rancière (2010) enfatiza que a ética se configuraria hoje como a colonização do fato pelo direito, ou seja, a supressão da divisão entre fato e direito que define um modo de estruturação simbólica da comunidade responsável por afastar o dissenso e estabelecer a identificação de todas as formas de discursos e de práticas sob o mesmo ponto de vista indistinto: o ponto de vista consensual. O consenso, segundo ele, não deixa que surjam intervalos entre o vivido e a norma: ele força uma coincidência entre ambos. Seu objetivo seria o de produzir uma sobreposição entre leis e fatos, de modo que as leis se tornassem idênticas à vida social, preenchendo intervalos e espaços vazios. A distinção entre fato e direito, entre ser e dever ser é feita no intuito de salientar que as experiências não podem ser subsumidas, dirigidas e reguladas pelas normas sob o risco de uma diluição da especificidade das práticas políticas, culturais e sociais dos sujeitos.

O consenso estabelece então um enquadramento conceitual e imagético para qualquer interação e discussão, cujas contradições passam despercebidas por coincidirem com interesses hegemônicos ou por refletirem situações existentes e vistas como inalteráveis. Por isso, ele reduz os sujeitos a parceiros de interlocução com interesses a serem defendidos e transforma o processo político em jogo de especialistas (RANCIÈRE, 2004). Se, por uma lado, não há sujeito (nem comunidade) sem normas, de outro, reduzi-lo e reduzir suas experiências ao âmbito da normatividade significaria uma adequação perfeita à regulação institucional e estatal.

A ética significa a constituição de uma esfera indistinta na qual não só a especificidade das práticas políticas e artísticas se dissolvem, mas também o que é formado no seio da velha moralidade: a distinção entre fatos e leis, entre aquilo que é e aquilo que deveria ser (RANCIÈRE, 2010, p.184).

Nesse sentido, Rancière afirma que “a comunidade política tende a ser transformada em uma comunidade ética, que junta povos e partes singulares em um único povo que é supostamente contado como igual” (2010, p. 189). Na comunidade política, aqueles que não são contados como parte, como parceiros iguais, são um atores conflituais, aparecendo como sujeitos políticos suplementares, portando um direito que ainda não foi reconhecido ou testemunhando uma injustiça no estado de direito existente.

Mas, na comunidade ética, esse suplemento não aparece mais, uma vez que todos estão incluídos. A comunidade ética e consensual é aquela que partilha o comum de forma não litigiosa, mas sim unificadora. Essa comunidade também é saturada, um corpo coletivo com seus lugares e funções alocados de acordo com competências específicas (e desiguais) de grupos e indivíduos, sem espaço para excessos (RANCIÈRE, 2011b). Os grupos que configuram tal comunidade são definidos a partir da adequação de funções, lugares e maneiras de ser, “pelas diferenças de nascimento, funções, espaços ocupados e interesses que constituem o corpo social” (RANCIÈRE, 2004, p. 239).

Essa imagem traçada para caracterizar a comunidade atual retrata a descrença de Rancière com relação à democracia, uma vez que esse regime reitera a redução da política ao discurso consensual do Estado ou da lei, promovendo um rastro consensual para a coexistência. Sob esse aspecto, a comunidade ética cimenta o programa do Estado, uma percepção unidimensional do mundo em que conflitos e desentendimentos foram banidos do reino da visibilidade, da cena de aparência (Tambakaki, 2009). O consenso apaga a política porque, segundo Rancière, ela está no dissenso, na luta e na contestação. Além disso, o consenso indica a configuração uma cena do comum que determina o confinamento de cada um a seu lugar.

Apesar desse esboço sombrio do que seria a atuação da ética no âmbito político atual, Rancière aponta que, antes de remeter às normas, a ética deveria ser examinada a partir de duas dimensões principais: *ethos* como modo de ser, como modo de vida que garante aos sujeitos o estabelecimento de uma identidade e vínculo com um entorno. E, em segundo lugar, *ethos* como princípio de

ação. Por meio desse segundo sentido, a ética também apresentaria um caráter social, pois embora centrada no indivíduo, ela é domínio de interrelação, das relações sociais no interior das instituições e das comunidades. A ética estaria associada, no âmbito da comunidade e de suas ações e práticas, à atribuição a cada um da sua parte, sendo cada um destinatário de uma partilha justa.

É exatamente sobre esse ponto que incide a crítica de Rancière a respeito da injusta partilha do sensível promovida por um regime que ele nomeia de regime policial. Nesse regime, a partilha do sensível não é uma regra disciplinar ou máquina ideológica que fixa os indivíduos em seus lugares por um mecanismo de ilusão necessária ou controle do corpo. Mas são as relações entre o visível, o enunciável e o pensável que operam no espaço em que coisas são nomeadas, discursos são produzidos e ações são desempenhadas. A partilha do sensível efetuada pela ordem policial caracteriza um mundo no qual as imagens mediadas pelo contexto comunicacional buscariam um horizonte totalizante, um consenso que dilui a força criativa e a resistência do imaginário. Assim, o modo de partilha realizado pela ordem policial associa a ética à radicalidade da lei, “que não deixa alternativa, pois equaciona tudo ao simples constrangimento de uma ordem/estado de coisas” (RANCIÈRE, 2010, p.185).

De um lado, as formas de partilha do sensível definidas pela ordem policial atuam como um conjunto de dados, mais ou menos aceitos e conscientes que formam e limitam as capacidades de percepção e pensamento. Mas, de outro lado, esses dados definem uma pluralidade de articulações diferentes entre seus elementos, uma multiplicidade de possibilidades que podem ser combinadas de modos diferentes por indivíduos, coletividades ou eventos que quebram a lógica temporal ordinária, desvelam outras formas possíveis de experiência e outras formas possíveis de se dar sentido a essas experiências (RANCIÈRE, 2011a).

É possível dizer que, de modo geral, a questão da ética em Rancière é dada pelo modo como a partilha do sensível é realizada. Dito de outro modo, são as formas de partilha do sensível que definem a maneira como os indivíduos se relacionam, nomeiam o que consideram justo ou injusto e constituem o comum que os articula em uma comunidade. Como veremos adiante, é ética associada à partilha do sensível promovida pela polícia privilegia os sujeitos que cuja ocupação (trabalho) e posição social definem e atestam suas competências ao comum, fazendo-os visíveis e audíveis em um espaço discursivo. Já a partilha do sensível promovida pela política, visa retirar os corpos de seus lugares assinalados, libertando-os de qualquer redução à sua funcionalidade. A partilha do sensível assim concebida instaura um conflito acerca do que significa falar, assim como sobre os horizontes de percepção que distinguem o audível do inaudível, o compreensível do incompreensível, o visível do invisível. A ética vista sob esse aspecto restituiria à democracia seu caráter de insurgência, de ruptura, de reconfiguração do imaginário através da criação de cenas dissensuais nas quais a igualdade é constantemente posta em questão.

Por uma ética da igualdade

Rancière (2009) argumenta que a igualdade não é ponto de partida para que os sujeitos, em situação de paridade (garantida pela universalidade da lei), estabeleçam trocas comunicativas a fim de definir um comum, isto é, “um espaço polêmico de confronto entre formas opostas de definição do que deve ser compartilhado” (2009, p. 277). Pelo contrário: ela assegura a troca política justamente por ser algo a ser declarado, posto à prova e verificado constantemente pelos sujeitos. A política, segundo ele, se constitui justamente porque coloca em questão a pretensa igualdade que existiria entre os sujeitos que participam da vida política de uma comunidade e que seria assegurada pelos direitos. Esse questionamento da igualdade permite a exposição de um dano na medida em que revela que, originalmente, existem parcelas que não são contadas como parte efetiva de uma comunidade, ou seja, existem sujeitos que são vistos como incapazes de aportar contribuições significativas para a vida em comum. Sob esse aspecto, é possível afirmar que a “cena do conflito político é constituída por meio da colocação da igualdade dos falantes em uma cena de desigualdade e explicitação de um dano, fazendo com que esse espaço comum apareça via desentendimento” (DEAN, 2011, p. 91).

É importante ter em mente que o comum para Rancière não existe em si e por si mesmo, mas se produz no movimento no qual ele é colocado em questão, no centro de um conflito dissensual sobre a existência de uma cena comum e sobre a existência e qualidade daqueles que nela se fazem presentes e que tentam, por meio de suas ações e enunciações, tratar um dano. É o movimento ininterrupto de definição e redefinição do comum que delinea os traços mais marcantes da política segundo Rancière, visto que ele a define como fruto de um processo de desentendimento que se desdobra em uma “cena na qual se colocam em jogo a igualdade ou a desigualdade dos parceiros de conflito enquanto seres falantes” (RANCIÈRE, 1995, p. 81). Assim, nem os sujeitos políticos nem a cena na qual se desdobram suas ações são vistos como já dados, mas ganham corpo quando são explicitadas as fronteiras que definem quem faz parte do comum e quem dele está alijado.

Não se trata aqui de resumir a filosofia política de Rancière a um jogo entre inclusão e exclusão, nem de dizer que a encenação do dano visa a inclusão dos excluídos (“sem-parte”) em uma comunidade que não os considera. O dissenso aponta justamente para o fato de que a exclusão dos “sem-parte” não é o resultado de uma simples relação entre um fora e um dentro previamente estabelecidos, mas “um modo de partilha que torna a própria partilha invisível, uma vez que os excluídos são tornados inaudíveis” (Ruby, 2009, p.61). A reflexão política de Rancière não valoriza um tipo de “divisão” ou distância intransponível que diferencia grupos e classes, mas a afirmação de que a cena que envolve a interlocução de sujeitos e a exposição de seus mundos (a partir dos quais suas demandas e argumentos fazem sentido) deve ser sempre reconfigurada, porque o comum deve ser construído diferentemente. A finalidade da ação em Rancière não é a de inserir os “sem-parte” na comunidade existente, ou seja, incluir os excluídos, mas de redefinir constantemente a instância da vida comum através de

um processo que mistura a expressão de um dano (figura da divisão) e a verificação da igualdade. Por isso ele se empenha em lembrar que há uma “questionável linha de divisão” que separa, na cena dissensual, o visível do invisível, o audível do inaudível, o capaz do incapaz, o igual do desigual, o possível do impossível.

A ação de expressar o dano pode se configurar, primeiramente, como o momento em que se dá o início da formação ética do sujeito como interlocutor. Em seguida, como oportunidade de inventar a cena comunicativa polêmica na qual os sujeitos tentam se inscrever, e como a oportunidade de enriquecer a linguagem que utilizam, de inverter papéis e até mesmo de silenciar os que geralmente falam, para deixar falar aqueles que, a princípio, não teriam nada a dizer.

A comunidade política e a ética da encenação do dano

Segundo Rancière (1995), a comunidade política está dividida por um litígio fundamental, o dano, que expressa a falha da ordem social policial em reconhecer a igualdade que deveria existir entre as partes que integram uma comunidade. Assim, o dano pode ser apontado como o ponto de tensão mais forte existente entre a lógica policial de partilha do sensível e o processo prático de verificação da igualdade.

A política tal como definida por Rancière se refere a um desdobramento argumentativo de um dano fundamental: na partilha mesma do que é comum a uma comunidade, aqueles que são vistos como não tendo nada a oferecer ao coletivo (a princípio sujeitos tidos como desnecessários às atividades políticas como escravos, pobres, operários, mulheres, minorias, etc) agrupam-se sob o signo de uma “parte dos sem-parte” e, portanto, vêem negada a sua existência política, sua existência como interlocutores. Esse dano fundamental faz com que os “sem-parte” se localizem na difícil posição de não terem uma existência reconhecida na hierarquia social da ordem política: eles não contam e não foram contados desde o início como pares, como iguais. A lógica através da qual os “sem-parte” se localizam na ordem social pela via de um dano é dissensual e conduz ao desentendimento (MARQUES, 2013).

É preciso lembrar que o desentendimento não se estrutura sobre uma demanda por igualdade ou reconhecimento expressa pelos “sem-parte”, mas traduz uma ação política que questiona a própria existência do sujeito como tal. A demanda que se articula à exposição e encenação do dano na cena de dissenso não pode ser atendida ou solucionada, uma vez que os sujeitos mobilizados por um dano político não são entidades à quem esse dano ocorreu por acidente, mas sujeitos cuja própria existência já é o modo de manifestação do dano (DAVIES, 2010).

Um dano não é uma injúria cometida pontualmente contra um sujeito ou grupo que posteriormente demanda providências ou soluções de reparação. O dano não pode ser reparado, sob pena de exigir a própria extinção da polícia: ele somente pode ser tratado por modos de subjetivação política que reconfiguram o campo da experiência. “Não há possibilidade de reparação do dano, mas há um lugar comum polêmico para o tratamento do dano e para a demonstração da igualdade.” (RANCIÈRE, 2004, p.121).

Segundo Rancière, o dano não é uma injúria pontual causada a um indivíduo ou grupo, deixando-os a espera de uma compensação. “O conceito de dano (*tort*) não está ligado a nenhuma dramaturgia de vitimização. Ele pertence à estrutura original de toda política. O dano é simplesmente o modo de subjetivação no qual a verificação da igualdade adquire figura política” (1995, p. 63). Dito de outro modo, ele pode ser definido como uma forma específica de verificação da igualdade que associa a política a uma tensão polêmica entre a manifestação de sujeitos políticos contra a ordem policial. Um dano não pode ser comparado a um litígio jurídico e nem ocorre entre determinadas partes especificamente interessadas na realização de seus objetivos e interesses.

O dano político não se resolve pela objetivação do litígio e pelo compromisso entre as partes envolvidas. Mas ele pode ser tratado pelos dispositivos de subjetivação que o fazem permanecer como relação modificável entre as partes, como a própria modificação do terreno sobre o qual o jogo se estabelece (RANCIÈRE, 1995, p.64).

O dano se revela e é nomeado em um processo de demonstração/verificação de igualdade que, por sua vez, não é um valor ou um princípio universal que invocamos, mas deve ser verificada e demonstrada em cada caso (May, 2010). Ela não está nos princípios da humanidade ou dos direitos, mas no processo argumentativo que demonstra as consequências de um grupo ou indivíduo ser classificado como cidadão, negro (pobre, mulher, gay, etc.). A verificação da igualdade não requer a manifestação do que é próprio ou dos atributos de um grupo. “O nome de uma categoria vítima de um dano e que invoca seus direitos é sempre o nome do anônimo, o nome de qualquer um. É assim que podemos escapar do debate sem solução entre universalidade e identidade” (RANCIÈRE, 2004, p.116).

Ao tratar um dano e ao preocupar-se com a verificação constante da igualdade, o processo de subjetivação política cria um *locus* comum de disputa para aqueles que não possuem nenhuma parte na ordem estabelecida. Tal processo de subjetivação política, como veremos mais adiante, está associado ao conflito entre uma identidade atribuída pela ordem do poder e uma identificação impossível, ou uma desidentificação com o que seria “próprio” ou específico dos “sem-parte”. Para Rancière, o que constitui o espaço político está intimamente ligado a um conflito de enunciação que surge quando, na cena de dissenso, os “sem-parte” não tomam a palavra a partir do lugar que lhes foi atribuído sociologicamente, mas se inscrevem na cena por meio do discurso, da argumentação e dos recursos poéticos da experiência, afastando-se do espaço e do status que lhes foi designado pela ordem policial.

A existência dos sem-parte está ligada a uma desidentificação, ao questionamento da naturalidade com que aos sujeitos é atribuído um lugar à abertura de um espaço de sujeito no qual qualquer um pode ser contado, porque ele é o espaço de uma conta dos não contados, de uma relação entre uma parte e uma ausência de parte (RANCIÈRE, 1995, p.60).

Sob esse aspecto, a parte dos “sem-parte” não designa a objetividade de um grupo empírico excluído do domínio político. Não se trata de uma outra maneira de se referir à política da identidade pelo posicionamento de um outro marginalizado (RANCIÈRE, 2011). Eles não são sujeitos objeto de uma política da identidade, mas sim de “identificações impossíveis”. Os “sem-parte” portam nomes que não pertencem a sujeitos ou grupos específicos: as subjetividades formadas através do dissenso não podem ser habitadas pelas pessoas ou grupos que encenam o dano. Contudo, elas proporcionam os meios para escapar às identidades policiais que limitam os indivíduos. Assim, as identificações geradas por essas subjetividades criam sujeitos que estão juntos pelo fato de estarem entre identidades, entre nomes.

É preciso ter claro que a discussão que Rancière tenta construir sobre a política não se polariza entre privilegiados e desprivilegiados, excluídos e incluídos. Sua reflexão não é um tipo de elogio da brecha ou da distância intrasponível que separa grupos e classes, mas a afirmação de que a cena que envolve a encenação argumentativa do dano e a interlocução de sujeitos deve ser reconfigurada, porque o comum deve ser construído diferentemente.

Nesse sentido, a demonstração argumentativa do dano não é feita por meio de um debate ou troca discursiva racional entre sujeitos que discordam e negociam posições e interesses sobre questões específicas. Segundo Rancière, o tratamento do dano não pode se dar desse modo porque um dos sujeitos interlocutores é afetado pelo dano de maneira tão fundamental que ele coloca em dúvida sua existência como sujeito e sua capacidade de participar do debate, uma vez que seus argumentos tendem a não ser entendidos como racionais por seus “pares”. “A severidade dessa desvantagem ajuda a explicar por que os sem-parte precisam recorrer a modos teatrais/dramáticos de expressão, assim como à violência para serem vistos e ouvidos” (DAVIES, 2010, p.85).

A razão pela qual a política não pode ser identificada com o modelo da ação comunicativa é que ele pressupõe que os parceiros já estejam constituídos enquanto tais, e as formas discursivas das trocas implicariam uma comunidade de discurso na qual os constrangimentos já estariam explicitados. O que é próprio do dissenso é que os parceiros não estão de antemão constituídos, nem o objeto de discussão e nem mesmo a cena de conflito. Aquele que deseja mostrar que faz parte de um mundo comum que o outro não vê, não pode se valer de uma lógica normativa implícita (RANCIÈRE, 2004a, p.244).

Os “sem-parte” se desidentificam quando desejam mostrar que existem, para além dos nomes e atributos que lhes foram atribuídos pela ordem policial, outros nomes que os identificam como capazes de desenvolver habilidades que vão além daquelas que geralmente lhes são designadas. É possível dizer, então, que Rancière concebe os “sem-parte” como fruto de um processo de subjetivação política que se desdobra em três ações interligadas: i) a demonstração argumentativa de um “dano” na cena de dissenso e o questionamento/verificação da existência da igualdade entre aqueles que partilham um “comum”; ii) uma encenação criativa capaz de revelar a natureza poética da política; iii) o rompimento com uma identidade fixada e imposta por um outro (a construção de uma identificação impossível).

A lógica da subjetivação política não é jamais a simples afirmação de uma identidade, ela é sempre, ao mesmo tempo, a negação de uma identidade imposta por um outro, fixada pela lógica policial. A polícia deseja nomes exatos, que marquem para as pessoas o lugar que ocupam e o trabalho que devem desempenhar. A política, por sua vez, diz de nomes “impróprios” que apontam uma falha e manifestam um dano. (RANCIÈRE, 2004, p. 121).

Em tensão permanente com a polícia, a política para Rancière exige a constante criação de uma cena dissensual de configuração do “comum”, de modo a colocar em jogo o tratamento de um dano e a verificação de uma pretensa igualdade entre sujeitos que, nesse processo, se desidentificam com os nomes e com os espaços que lhes foram impostos por uma comunidade da qual não fazem parte.

A oposição entre polícia e política não pode ser reduzida à oposição entre espontaneidade e normas instituídas. Ela não significa que a política é boa e a polícia má, sendo dever da política acabar com a polícia. Trata-se de duas formas de partilha do sensível que são opostas em seus princípios e constantemente entrelaçadas em seu funcionamento. (RANCIÈRE, 2011, p. 249). E essa oposição sempre se manifesta sob a forma da transformação de ordens policiais, mas não de sua destruição ou esfacelamento. Não há uma política pura, uma vez que a política não anseia por um lugar fora da polícia. Elas estão articuladas de modo a criar um certo equilíbrio entre possibilidades e impossibilidades de emancipação (DERANTY, 2003; CHAMBERS, 2011). “Não há lugar fora da polícia, mas há modos conflitantes de fazer coisas com os lugares que esses modos alocam: reordenando-os, reformando-os ou desdobrando-os”. (RANCIÈRE, 2011a, p. 6).

Ética, poética e comunicação: algumas notas finais

Como mencionamos, o processo político de demonstração da igualdade, ou mais precisamente de sua ausência, requer, ao mesmo tempo, a construção de argumentos e a criação de cenas de dissenso nas quais o sujeito que argumenta é efetivamente considerado como argumentador (Rancière, 1995). Sob esse aspecto, a política – definida por Rancière como forma de desestabilização da ordem policial – envolve uma ética que se traduz não só na manifestação de um novo sujeito, mas na construção/criação de um espaço comum ou cena relacional que não existia previamente. É interessante notar também que esse duplo processo de criação do sujeito político e das cenas argumentativas de dissenso envolve igualmente uma poética.

Para entrar em uma troca política, torna-se necessário inventar a cena na qual as palavras ditas se tornam audíveis, na qual os objetos podem se fazer visíveis e os indivíduos podem ser reconhecidos. É nesse sentido que podemos falar de uma “poética da política” (RANCIÈRE, 2000, p.116).

A política, nesse sentido, tem características éticas e poéticas, sendo vista por Rancière como experiência, como criação de formas dissensuais de expressão e comunicação que inventam modos de ser, ver e dizer, configurando novos sujeitos e novas formas de enunciação coletiva. A ética promovida por esse novo cenário e essa nova dramaturgia não se resume ao âmbito da subjetividade, mas ela é social e impessoal, uma vez que se relaciona ao processo de constituição e posicionamento dos sujeitos.

A poética da política, além de ser um desafio à oposição entre interlocutores legítimos e ilegítimos, remete à invenção da cena de interlocução na qual se inscreve a palavra do sujeito falante, e na qual esse próprio sujeito se constitui “capaz de se pronunciar em primeira pessoa e de identificar sua afirmação com a reconfiguração de um universo de possibilidades” (RANCIÈRE, 2011b, p. 250).

A política, enquanto atividade que interrompe o regime consensual e forma de experiência que permite “ver aquilo que não encontrava um lugar para ser visto e que permite escutar como discurso aquilo que só era percebido como ruído” (RANCIÈRE, 1995, p. 53), necessita de momentos poéticos nos quais se formam “novas linguagens que permitem a redescritção da experiência comum, por meio de novas metáforas que, mais tarde, podem fazer parte do domínio das ferramentas linguísticas comuns e da racionalidade consensual” (ID. IBID., p. 91). Por isso, não existiria uma separação radical entre formas argumentativas e poéticas de comunicação.

Os momentos (po) éticos da política envolvem as ações criativas de linguagem que desafiam as divisões entre capacidade e incapacidade, entre aqueles que estabelecem as regras e aqueles que as seguem, entre aqueles que são contados como parte efetiva de uma comunidade e os “sem-parte”. Por isso a poética da política diz respeito à configuração de um espaço específico, de uma cena de dissenso, na qual “sujeitos são reconhecidos como capazes de designar esses objetos e de argumentar acerca deles” (RANCIÈRE, 2004a, p. 37). Os aspectos comunicacionais, éticos e poéticos que costuram as articulações entre cena dissensual, jogo de encenação do dano e processo de subjetivação política permitem, portanto a constituição e auto-percepção dos atores como interlocutores, como sujeitos políticos que compartilham um mundo comum.

Referências bibliográficas

CHAMBERS, Samuel. The politics of the police: from neoliberalism to anarchism, and back to democracy. In: BOWMAN, Paul; STAMP, Richard. *Reading Rancière*. London: Continuum International Publishing Group, 2011, p.18-43.

DAVIES, Oliver. Jacques Rancière. Cambridge: Polity Press, 2010.

DEAN, Jodi. Politics without politics. In: BOWMAN, Paul; STAMP, Richard. *Reading Rancière*. London: Continuum International Publishing Group, 2011, p.73-94.

DERANTY, Jean-Philippe. Rancière and Contemporary Political Ontology. *Theory and Event* v.6, n.4, 2003.

MARQUES, Angela. Três bases estéticas e comunicacionais da política: cenas de dissenso, criação do comum e modos de resistência. *Revista Contracampo*, v. 26, n. 1, 2013, pp.126-145.

MAY, Todd. Wrong, disagreement, subjetification. In: DERANTY, Jean-Philippe (Ed.). *Jacques Rancière: key concepts*. Durham: Acumen, 2010, p.69-79.

RANCIÈRE, Jacques. Work, Identity, Subject. In: DERANTY, J-P; ROSS, A. (eds.), *Jacques Rancière and the contemporary scene: the philosophy of radical equality*. London, Continuum International Publishing Group, 2012, p.205-216.

RANCIÈRE, Jacques. The thinking of dissensus: politics and aesthetics. In: BOWMAN, Paul; STAMP, Richard. *Reading Rancière*. London: Continuum International Publishing Group, 2011a, p.1-17.

RANCIÈRE, Jacques. Against an ebbing tide: an interview with Jacques Rancière. In: BOWMAN, Paul; STAMP, Richard. *Reading Rancière*. London: Continuum International Publishing Group, 2011b, p. 238-251.

RANCIÈRE, Jacques. The method of equality. In: ROCKHILL, Gabriel; WATTS, Philip (eds.). *Jacques Rancière: History, Politics, Aesthetics*. Durham and London: Duke University Press, 2009, p.273-288.

RANCIÈRE, J. The ethical turn of aesthetics and politics. In: *Dissensus : on politics and aesthetics*. Edição e tradução de Steven Corcoran. Londres: Continuum, 2010, p.184-202.

RANCIÈRE, Jacques. *Aux bords du politique*. Paris: Gallimard, 2004.

RANCIÈRE, Jacques. *Le Partage du Sensible: esthétique et politique*. Paris: La Fabrique éditions, 2000.

RANCIÈRE, Jacques. *Políticas da Escrita*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.

RANCIÈRE, Jacques. *La Méésentente– politique et philosophie*. Paris: Galilée, 1995.

RUBY, Christian. *L'interruption: Jacques Rancière et la politique*. Paris: La Fabrique, 2009.

Nota

1. Este trabalho foi realizado com o apoio da Fapemig, do CNPq (bolsa de produtividade em pesquisa) e da Pro-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais.

O espectador-internauta: desafios em tempos de transição

Audience-Internet users: challenges in times of transition

Gisela G. S. Castro | xxx@gmail.com

Docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP.

Resumo

O texto apresenta resultados parciais de pesquisa sobre transmediação em *Cheias de Charme* para a rede Obitel-Brasil. Entede-se que nossa teledramaturgia simultaneamente interpreta e interpela o espectador-internauta, participando igualmente de sua constituição e da consolidação do uso das novas mídias e fomentando a ideia da desenvoltura nas plataformas digitais como requisito básico em nossos dias.

Palavras-Chave: Comunicação e consumo; telenovela; transmediação.

Abstract

This paper presents partial results from ongoing research on transmediation in Brazilian telenovela Cheias de Charme for the Obitel-Brazil network. It argues that the viewer who is also an internet user is both addressed and shaped by our teledramaturgy as it helps to consolidate the use of new media and, at the same time, to foster the idea that mastering digital platforms is an essential asset in today's world.

Keywords: Communication and consumption; telenovela; transmediation.

Introdução

Entendendo-se a comunicação como *bios* (SODRÉ 2003) ou nos termos da ecologia conforme Scolari (2008), nosso ambiente comunicacional se caracteriza pela convergência de meios e a mobilidade das plataformas midiáticas. A crescente apropriação das redes sociais digitais para circulação e produção compartilhada de conteúdo enseja a urgente necessidade de cartografar e analisar os agentes sociais demandados pela chamada nova economia digital. A transformação do receptor em usuário de mídia favorece modos de interação, como o espectador que prolonga na internet sua experiência com a programação da TV. A constituição do espectador-internauta faz parte das atuais estratégias midiáticas.

Fruto de um projeto de pesquisa em andamento junto ao Núcleo ESPM para a rede Obitel-Brasil, o presente trabalho tem como objetivo discutir a emergência desse tipo de interator. São analisadas algumas das estratégias que contribuem para fomentar a conjugação entre televisão e internet, o manejo das múltiplas telas e a participação do telespectador enquanto fã, parceiro e crítico da programação em questão. Trata-se de um interator conectado que manipula simultaneamente diferentes plataformas comunicacionais fusionando os tênues limites entre o público e o privado, o trabalho ou as tarefas escolares e o lazer, dando origem a uma mescla pessoal e idiossincrática cujos principais componentes são comunicação, entretenimento e consumo.

Comunicação, consumo e entretenimento estão na base da experiência contemporânea de mundo. Castells (2009) compreende o sistema midiático como um grande negócio. A globalização, a desregulamentação e a expansão de redes telemáticas são tendências que transformam o mundo dos negócios e também as operações da mídia. O entretenimento é a base da programação midiática devido à sua capacidade e seduzir grandes audiências. Como componente principal do atual sistema midiático figura o entretenimento inteiramente baseado na internet e nos programas de software. De fato, os processos de globalização de mercado e o surgimento da informática e da microeletrônica atuam na reconfiguração de nossas práticas quotidianas. Esta seria, portanto, uma sociedade do *infoentretenimento*, sendo que denominação aponta de modo exemplar para a fusão dos elementos característicos do tempo presente.

O estudo das estratégias de produção midiática revela que o entretenimento se apresenta como lógica dominante (CASTELLS 2009, CASTRO 2012a, 2012c), contagiando áreas tão diversas quanto o jornalismo, a educação e mesmo a política. Os neologismos tão bem descritos por Bosshart e Hellmüller (2009) refletem com a ampla disseminação do entretenimento nas dinâmicas do *infotainment*, do *edutainment*, do *politainment* e afins. Peça central no lazer cotidiano da grande maioria de nossa população, a televisão brasileira não é indiferente a essa lógica. Ao lado da presença quase universal da televisão, a crescente penetração da internet nos domicílios brasileiros enseja modificações nas formas de lazer, nas práticas de consumo e nos modos de sociabilidade os quais necessitamos conhecer e analisar. O esforço aqui empreendido visa

contribuir para acompanharmos criticamente os deslocamentos em curso na figura do telespectador conectado a diferentes telas ao mesmo tempo: o espectador-internauta.

No novo ecossistema midiático, o espectador-internauta apresenta, por exemplo, importantes desafios em termos de economia da atenção. Ao se desdobrar simultaneamente em múltiplas tarefas, utiliza um tipo de concentração difusa e errante que comumente não se fixa a ponto de levá-lo a uma fruição em profundidade de um só conteúdo ou plataforma. Por outro lado, esse tipo de imersão favorece o estabelecimento de conexões e a produção de novas combinações entre conteúdos dando origem a formatos típicos da cultura digital.

A capacidade de agência desse espectador que não apenas produz e distribui conteúdo como também interage com os meios em tempo real, de certo modo desestabiliza os roteiros tradicionalmente utilizados na cena midiática e convoca os produtores de conteúdo a conceberem novas estratégias que aos poucos se impõem neste cenário de convergência de meios e de narrativas. Interpelar e engajar o espectador como interator é cada vez mais importante não somente em termos propriamente comerciais como também para conferir uma roupagem contemporânea a formatos e gêneros midiáticos mais tradicionais, como no caso da telenovela, preservando seu interesse e relevância em tempos de convergência e transmidialidade.

Nossa discussão sobre o telespectador conectado e seduzido pelas tecnologias de comunicação, sociabilidade e negócios, toma como base o mapeamento das estratégias de transmidiação adotadas pelos produtores de *Cheias de Charme* (Rede Globo, 2012), bem como o monitoramento dos conteúdos relacionados a esse universo ficcional que circularam em redes sociais abrigadas no Facebook e no *YouTube*. A escolha desses *sites* de rede social se justifica por serem majoritariamente utilizados pelos internautas brasileiros, cujo tempo médio de navegação online é dos mais altos do mundo. A observação de caráter netnográfico fornece elementos para a reflexão sobre os modos de interação entre a maior emissora de televisão brasileira e seu público, em torno da telenovela.

A TV e a segunda tela

Jesús Martin-Barbero (2008) destaca as tecnicidades como processos decorrentes das mudanças trazidas pelas dinâmicas e práticas da cibercultura no domínio das subjetividades. Sem incorrer no determinismo tecnológico, o autor concebe as tecnicidades como transformações na sensibilidade, novas maneiras de percepção e linguagem surgidas a partir da apropriação social das redes digitais interativas. Entendemos as tecnicidades como fator-chave na modulação das interações nas redes sociais digitais e na constituição do espectador-internauta. Como parte das características do contemporâneo, ressalta-se o consumo individual e fragmentado dos meios de comunicação.

Scolari (2011) explica a crescente fragmentação textual e das audiências ressaltando que o consumo sincrônico proposto pelo *broadcasting* tende a explodir em inúmeras de situações individuais assíncronicas como no fenômeno da segunda tela, crescente em todo o mundo e também no Brasil (SARKIS, 2013). Mais e mais

brasileiros conectados à internet assistem à TV ao mesmo tempo em que usam tablets, smartphones e notebooks. Dados divulgados pelo jornal diário *Folha de S. Paulo* (2013), indicam que um em cada seis brasileiros navega na internet enquanto assiste à televisão. Desse montante, 59% praticam diariamente essa modalidade de fruição combinada. As telenovelas são os programas mais comentados pelos internautas brasileiros (40%), seguidas de noticiários (36%) e esportes (33%). O Facebook tem no Brasil sua segunda maior rede de usuários, atrás apenas dos Estados Unidos. Para que se possa dimensionar o quanto a prática de comentar na rede a programação da TV está hoje disseminada no País, o último capítulo da telenovela *Avenida Brasil* (Rede Globo, 2012) teve maior repercussão no Facebook do que o SuperBowl em seu país de origem (CRUZ, 2013).

Chao (2013) indica o Brasil como a capital mundial das mídias sociais. No caso da televisão, esta disposição para estabelecer relações online por meio de comentários e outros tipos de interação nas redes digitais pode funcionar também para informar sobre a programação do momento e aumentar os índices de audiência dos programas enfocados. De certo modo, a segunda tela pode conferir nova vida à grade de horários televisiva que estaria perdendo sentido diante da oferta dos conteúdos selecionados conforme o gosto e a conveniência do telespectador. Ao analisarem novos tipos de interação entre os polos de produção e recepção das telenovelas brasileiras, Antonacci e Baccega (2012) constatam que agora espalhada para as mídias digitais, a teleficação convive com espectadores que também criam conteúdos que dialogam com a narrativa principal. O fenômeno produz desdobramentos em ambos os polos: de um lado, produtores realizaram ações diversas para assegurar sua presença no ambiente digital e tentar garantir manutenção de público para a programação da TV. De outro, consumidores encontram um novo cenário para consumir produtos midiáticos como a tradicional telenovela.

Em contraste com a alegação marcadamente mercadológica de que o atual consumidor de mídia estaria deixando de ser 'mero' receptor para assumir o papel de co-produtor de conteúdo; vale reforçar que a complexidade do processo de recepção já foi amplamente evidenciado pelos estudiosos muito antes da entrada em cena das tecnologias digitais. A veterana Baccega (2009) concebe o receptor da comunicação como um sujeito ativo que não apenas participa da produção de sentido das mensagens da mídia, como também inclui essas ressignificações no conjunto de suas práticas culturais.

Ao analisarem a produção de conteúdo nas redes digitais por parte do público – notadamente dos fãs de *Cheias de Charme* – Torreglosa e Jesus (2012) destacam que a telenovela gera uma relação única, diferente das séries estrangeiras ou de qualquer outra forma de manifestação do público que assiste à televisão. Ao tratarem do diálogo que se estabelece entre a produção trama na emissora e o conteúdo produzido pelos fãs na *web*, os autores levantam uma pertinente questão: até que ponto a profusão de informações, as várias formas de uso midiático, a possibilidade de produção de conteúdos e as novas configurações dos discursos na *web* reforçam a institucionalidade unidirecional ou provocam o senso crítico autônomo e independente?

Como se pode observar durante a pesquisa empírica aqui apresentada, os comentários sobre a telenovela podem apresentar certo grau de criticidade em relação ao próprio gênero ao fazerem alusões ao andamento da narrativa, a diferentes aspectos da produção ou ao desempenho de determinado ator ou atriz, por exemplo. Esse é o caso do comentário recolhido no Facebook e apresentado aqui em versão reduzida e com a grafia original característica desse tipo de postagem: «Tudo bem que novela é ficção, mas os autores devem ter responsabilidade com a mensagem que transmitem ao público; não é possível que o autor dessa novela vá continuar tratando como normal um vagabundo como SANDRO servir de exemplo para o filho (...) Quando SANDRO aparece, minha TV muda o canal!»

Outros tipos de comentários dialogam com as situações criadas na trama, ecoando certos bordões e reforçando características da narrativa. Exemplos coletados durante a pesquisa ilustram essa categoria de comentário: «Ai que nojo desse Sandro, ninguém merece esse homem, Penha tem que ficar com o dr. Oto werneck...» Esta postagem com link para cena do beijo entre os personagens Cida e Elano recebeu 4766 compartilhamentos: «Cida ainda vai pensar se fica com Elano ou não em Cheias de Charme? Louca, né? Quem queria um príncipe desse, COMPARTILHA!!!!» Por fim, apresenta-se postagem recebeu 709 cliques na opção 'curtir': «CORRE porque começou Cheias de Charme!!! (...) Quem tá grudado na TV, CURTE aí!!!!»

É imprescindível entender esta telenovela no contexto da nova configuração populacional brasileira. Metade dos acessos à internet é atualmente efetuada pela classe C, que já representa mais de 50% de nossa população total. De fato, o notável movimento de ascensão social de segmentos menos favorecidos nas últimas décadas é um dos mais importantes indicadores do crescimento do País, reforçando sua posição de destaque no bloco internacional de estados emergentes.

Vale lembrar que no complexo e excludente ecossistema comunicacional atual, destaca-se o crescimento do acesso aos meios digitais por parte das classes menos favorecidas. A promessa de transformar cada brasileiro em consumidor transformou-se em plataforma de governo. Evidenciando a centralidade do consumo nas dinâmicas da atualidade, políticas sociais que estimulam o acesso ao microcrédito visam promover maior igualdade social no país.

Se consideramos a relevância do internauta brasileiro nas redes digitais lado a lado com a necessidade por parte dos responsáveis pela narrativa aberta das telenovelas em receber continuamente feedback do público, as interações online entre os espectadores-internautas funcionam como grupos focais em tempo real que, embora sem relevância estatística, ajudam a conhecer o diversificado segmento de público composto pela nova classe média.

O (in)discreto charme da periferia

Tomando emprestado o título do clássico filme de Buñuel para formar um sugestivo jogo de palavras com a telenovela em questão, vale discorrer brevemente sobre os esforços da teledramaturgia da maior emissora brasileira em dirigir-se de modo mais direto à faixa da população que se tornou predominante nos últimos dois anos: a classe C. O caráter realista da narrativa ficcional que se desenrola na

tela é uma importante marca da teledramaturgia brasileira. A telenovela congrega enormes audiências justamente por sua ressonância com a realidade social. Embora seja o produto midiático de maior penetração junto ao grande público, o padrão Globo de qualidade ditou a opção por uma estética sofisticada, o que de certa forma impunha à teleficção o universo simbólico característico das classes mais abastadas. Para promover a identificação e para cativar o público das classes emergentes, as duas principais novelas da Rede Globo em 2012 inovaram ao destacarem como centrais figuras oriundas da periferia da cidade do Rio de Janeiro. *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil* retratam com propriedade a ascensão da classe C por meio de seus personagens, representações de uma classe que deixou de ser coadjuvante e passou a ser protagonista. (TARAPANOFF e FERNANDES, 2012).

Apesar da liderança da Rede Globo no cenário midiático brasileiro, tanto em termos de audiência quanto por sua pujança como produtora de conteúdo, há tempos não eram registrados os expressivos índices de audiência conquistados por *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil*. Não por acaso, a TV é a maior fonte de entretenimento da parcela da população que protagoniza ambas as tramas. Releituras contemporâneas da Gata Borralheira, essas novelas abordaram a dura vida das empregadas domésticas, dos demais habitantes das favelas e dos subúrbios cariocas cortados pela avenida que dá nome a uma dessas produções. Ao comentarem sobre a cultura da periferia carioca, as narrativas trouxeram para o *prime time* da televisão brasileira seus idiossincráticos modos de ser e de viver, além de manifestações culturais voltadas para esse público, além de artistas populares desconhecidos pelas classes mais favorecidas.

Em ambos os casos, procurou-se aproximar do público-alvo ao apresentar o sonho de ascensão da classe C. Se, na primeira trama, o sucesso na carreira artística sinalizava o imaginário da mobilidade social, o craque de futebol ocupou essa função simbólica na segunda. Cada uma a seu modo, as narrativas criticaram a futilidade consumista e a precariedade afetiva e moral associadas aos estilos de vida predominantes das zonas nobres da cidade. Enquanto se dedicavam ao trabalho, aos estudos, ao esporte ou à carreira artística de modo a vencer na vida, esses personagens icônicos permaneceram fiéis às suas origens humildes, sendo apegados à família, às tradições religiosas, à convivência com os vizinhos, aos arraigados valores morais e aos seus gostos e preferências em termos de culinária, indumentária, decoração, música, atividades de lazer etc. Como de costume, o repúdio aos métodos inescrupulosos de “se dar bem” na vida esteve presente.

A imagem abaixo mostra o trio de protagonistas de *Cheias de Charme* formado por Maria do Rosário (*Rosário* - Leandra Leal); Maria da Penha (*Penha* - Taís Araújo); e Maria Aparecida (*Cida* - Isabelle Drummond). As três personagens são representações típicas de uma figura presente no imaginário social sobre a classe C: a mulher que batalha, passa por dificuldades, mas no final vence devido à sua coragem, força de vontade e determinação (Tarapanoff e Fernandes, 2012). Nesta imagem em que os uniformes das domésticas trazem a estampa da borboleta – importante elemento simbólico na trama – as graciosas Marias interpretam, divertidas, o seu primeiro grande sucesso musical.



Figura 1: Cena do videoclipe Vida de Empreguete

Fonte: <http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/index.html> (acesso 30 de abril, 2013)

O lançamento oficial de *Vida de Empreguete* se deu na internet, conforme anunciado no final do capítulo no qual foi inserido na rede por um dos personagens da trama. Como descrevi em trabalhos anteriores (Castro 2012, 2012b) esta complementaridade inovadora e muito bem sucedida entre a narrativa televisiva as plataformas digitais rendeu um número recorde de visualizações do clipe apenas nas 24 horas que antecederam sua exibição no capítulo seguinte. Na sequência, música e coreografia serviram de base para a elaboração de paródias e outros tipos de produção criativa nas redes sociais.

Chegando ao final da trama, já firmemente estabelecidas como artistas, as glamourosas ex-domésticas estrelam o clipe *Nosso Brilho*. O sucesso das charmosas *empreguetes* junto ao público transcendeu as fronteiras da novela e se converteu em estratégias *crossmedia*. As músicas atingiram as paradas de sucesso, ocasionado a participação do trio em programas de variedades e shows patrocinados pela emissora



Figura 2: Cena do videoclipe Nosso Brilho

Fonte: <http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Fotos/> (acesso em 30 de abril, 2013)

Na transmediação de *Cheias de Charme* destaca-se, por exemplo, a presença do rádio, das redes sociais e da música como elementos constitutivos da narrativa televisual. Em diversas situações o público foi chamado a participar de campanhas originadas na novela que envolveram outros programas da grade da Globo. Promoveu-se, ainda, a hibridização entre ficção e realidade com a atuação de artistas consagrados do meio musical em cena com as protagonistas.

Transmediação e pedagogia social na telenovela

A No chamado marketing social, um elemento que vincula a telenovela brasileira a questões candentes na agenda social, a delicada questão envolvendo os direitos do trabalhador doméstico comparece em diversas situações da trama de *Cheias de Charme*. As disputas jurídicas são discutidas no escritório de advocacia que faz parte da trama, na qual predomina o viés assumidamente favorável às domésticas. Em outro exemplo de hibridização entre ficção e realidade, a página oficial da novela exhibe uma sessão assinada pelo escritório Amaro Werneck. Nesta sessão, a personagem de Taís Araújo esclarece em vídeo sobre a importância da carteira assinada. Para se ter uma ideia de como é espinhoso o tema, apenas em 1973 a legislação brasileira assegurou às domésticas o direito à carteira de trabalho assinada. Mudança implementada quatro décadas depois, em 2013, levou nossa justiça a finalmente conceder à categoria o direito ao regime de oito horas diárias de trabalho e ao pagamento de horas extras. Segmentos mais conservadores tem gerado polêmica visando tornar inócuas as novas determinações anunciadas algum tempo depois da telenovela ter chegado ao fim.

Ao examinarmos as lógicas de produção e os modos de endereçamento em *Cheias de Charme*, buscamos compreender as maneiras pelas quais nossa teledramaturgia convoca e participa das interações nas redes sociais digitais. Ao interpelar o espectador que é também usuário de internet, a telenovela promove certo tipo de pedagogia social – notadamente junto ao público que tem a televisão como principal opção no lazer cotidiano – que preconiza a participação no mundo digital como desejável e mesmo indispensável na atualidade.

Sendo a telenovela um produto voltado para o grande público, as intenções de seus produtores ao inserir elementos da cultura digital na teleficção podem ser compreendidas por meio de um duplo viés. Para o telespectador que já é usuário de mídias digitais, busca-se a sua identificação ao trazer para a novela a representação de práticas do cotidiano. Já para o telespectador não iniciado, o passo a passo da interação com essas ferramentas é didaticamente encenado. Trata-se, portanto, de simultaneamente interpretar e interpelar o espectador-internauta. Participa-se igualmente de sua constituição e da consolidação do uso das novas mídias no seu dia a dia.

Scolari (2008) denomina hipermediação ao processo de intercâmbio, produção e consumo simbólico desenvolvidos em um entorno caracterizado pela grande quantidade de sujeitos, meios e linguagens interconectados tecnologicamente e de maneira reticular entre si. Considerando-se o caráter aberto da narrativa

ficcional da telenovela, entende-se que a participação ativa do receptor nas hipermediações não constitui uma inovação do digital. Segundo Baccega (2012), as principais transformações seriam a velocidade e a capilaridade do conteúdo gerado pelo receptor atual, que tem condições de atingir um número quase incalculável de pessoas reunidas em função de gostos e interesses nas redes digitais.

Em entrevista concedida a um importante periódico brasileiro, Scolari (2011) constata que tão logo termina a emissão de um episódio de uma dada série televisiva, os fóruns e páginas *web* entrem em estado de agitação. Os espectadores discutem o texto que acabaram de ver, analisam suas possíveis continuções e debatem sobre os personagens e a trama do episódio. Para o autor, a construção de mundos possíveis em muitos casos deixou de ser um processo individual para converter-se em um processo coletivo que se desenvolve nas redes sociais.

Ao ser perguntado sobre como esse processo se aplicaria no caso da telenovela, o autor pondera que, assim como qualquer outro gênero, a telenovela deverá fazer frente a importantes transformações de ordem geracional. Ao indagar de que modo a telenovela será sintonizada pelas novas gerações crescidas no calor das redes sociais, dos videogames e do *YouTube*, o autor aponta as narrativas transmidiáticas como um possível caminho para o futuro do gênero.

A produtividade online do telespectador-internauta mereceu criteriosa análise por parte do pesquisador Mark Andrejevik (2008). Sua posição problematiza, sobremaneira, alegações de certo modo ingênuas acerca da produção coletiva das narrativas transmidiáticas. Sua argumentação enfatiza a ambiguidade deste tipo de produção. Por um lado, comunidades vinculadas a programas de televisão têm como pontos positivos seus modos de sociabilidade e o prazer proporcionado por interações divertidas, instigantes e criativas nas redes sociais. Por outro lado, o caráter criativo dessas interações funciona como atrativo para cooptação por parte dos produtores desses programas televisivos. Para além do caráter lúdico, esta interatividade pode ser considerada como modalidade de trabalho não reconhecido e não remunerado.

Outro aspecto problemático diz respeito à aparente autonomia do telespectador para se manifestar livremente na internet. Ao invés de funcionarem como arenas públicas para o exercício das faculdades críticas, o compartilhamento de conteúdo protegido nas redes digitais é cerceado por acordos de ordem mercadológica (Candido, 2011), sendo que as interações nas redes sociais funcionam como valor agregado ao promoverem o interesse e a fidelização dos telespectadores.

Conforme constatam acertadamente Torreglosa e Jesus (2012), a mediação da telenovela brasileira, principalmente na Rede Globo, é uma malha densa, ampla e espetacular que visa fornecer a sua audiência tantas camadas de tramas, *sites*, cenas de bastidores e áreas de aderência que criam com eficiência uma modalidade de espectador fiel, apaixonado e comprometido com o sucesso

da trama: o fã da telenovela. Cristaliza-se esta figura em suas tramas ao passo que são fornecidas ferramentas próprias e controladas para que os fãs possam participar da construção desse universo ficcional.

Na contramão das práticas de livre produção e compartilhamento comuns nas redes digitais, a Globo atua judicialmente para coibir nas redes digitais a circulação de conteúdo oriundo de sua programação protegida por leis de direito autoral e propriedade intelectual. A emissora estaria especialmente preocupada com a audiência de seus canais oficiais ao não permitir que os internautas acompanhem suas telenovelas apenas pelo *YouTube*, serviço de hospedagem que se tornou uma referência em matéria de vídeos (Candido, 2011). Concebido como principal ambiente virtual de integração entre a emissora e seu público, o portal Globo.com estabelece um jogo de complementaridade com a programação diária da Rede Globo e pretende ser o local onde se encontre todo o tipo de informação sobre o conteúdo da marca. Assinantes do portal podem acessar os capítulos da novela em versão integral. Também utilizando o sistema de assinaturas, o serviço Globo.TV+ fornece na íntegra conteúdos veiculados na televisão para tablets, smartphones e computadores.

Considerações em incertezas

Em seu último trabalho, Jenkins (2013) focaliza a produção de conteúdo amplamente distribuído nas chamadas mídias sociais. A transmissão (*broadcast*) unidirecional característica da comunicação de massa identifica como valor aquilo que o autor denomina como *stickiness* ou grude, numa tradução livre. Trata-se da tendência de certos conteúdos para permanecer na memória. Para a comunicação em rede, o valor estaria na capacidade de se espalhar em várias plataformas: atributo denominado *spreadability*. Para o autor, as narrativas classificadas como transmidiáticas exibem sobremaneira esta última capacidade.

Problematizando essa taxonomia que desconsidera as especificidades culturais e toma os gêneros narrativos e os modos de comunicação como semelhantes, destacamos as disparidades entre a novela brasileira e sua congênere estadunidense. Em nossa cultura, as telenovelas da Rede Globo ocupam posição de destaque no horário nobre da televisão aberta, congregando um público fiel e atingindo expressivos níveis de audiência. Do ponto de vista dos produtores dessas telenovelas, a transmídiação não se configura como um recurso para salvar um gênero decadente conforme preconizam Ford, De Kosnik e Harrington (2013) em relação às *soap operas* norte americanas.

Ao integrar as novas tecnologias digitais na trama das telenovelas, a Globo contribui para difundir a percepção de que são indispensáveis ao tão propalado ideal da qualidade de vida, em nome do qual se gera gastos por vezes incompatíveis com níveis de renda de consumidores mais vulneráveis às persuasivas retóricas do marketing. Desse modo, constitui-se o telespectador usuário de ferramentas digitais de comunicação, fomentando a ideia da desenvoltura nas plataformas digitais como requisito básico em nossos dias.

Especialista em marketing, Leone (2013) considera protagonistas as comunidades criativas de consumidores engajados no universo online. Para ele, atualmente a geração de conteúdos e valor resulta do compartilhamento entre usuários (classificados como *prosumers* no jargão dos profissionais do mercado) e *digital leaders* de redes digitais organizadas em torno de marcas, serviços ou produtos. Novas configurações de poder estariam na base de práticas como a cocriação, a customização em massa e o *crowdsourcing*, cuja descrição foge ao escopo da discussão.

A promessa da participação virtual no processo produtivo incita o consumidor a adotar o ponto de vista dos produtores, contribuindo para parametrizar a produção do público internauta segundo as lógicas do mercado e facilitando a conversão do feedback produzido nas redes sociais em informação relevante para as estratégias de marketing. Coerente com os preceitos do empreendedorismo neoliberal, a retórica do *consumer empowerment* subentende o imperativo de tornar-se sempre mais bem informado e eficiente, assumindo responsabilidade pelo constante aprimoramento pessoal.

Voltando o foco para as interações do público nas plataformas digitais que complementam a programação da TV, Andrejevik (2008) salienta que essa participação promove a fidelização do espectador-internauta, além de levá-lo a assumir em parte o trabalho de tornar o programa em questão mais interessante, inteligente e divertido. A utilização das redes sociais digitais para calibrar o andamento de determinado programa como a telenovela, por exemplo, favorece ainda a disseminação viral de campanhas promocionais e ações de *buzz marketing* segundo os interesses de produtores e patrocinadores.

Produção emblemática e inovadora, *Cheias de Charme* foi analisada em estimulante variedade de estudos apresentados no maior evento realizado pelo campo acadêmico da Comunicação do Brasil em 2012. Trabalhos elaborados por pesquisadores como Antonacci e Baccega; Mascarenhas e Tavares; Rego; Tarapanoff e Fernandes; Torreglosa e Jesus; dentre outros a própria autora dessas linhas, evidenciam a relevância desse produto cultural e suas ressignificações no atual contexto midiático em transição.

Toma-se o consumo como vetor privilegiado para refletir sobre a crescente penetração do mercado nas esferas mais diversificadas de nossas vidas, notadamente no âmbito da subjetividade. A ambição de envolver o consumidor ou telespectador como parceiro e fã, torna indispensável problematizar a participação dita espontânea nas redes sociais. Nesse sentido, a mobilização do espectador-internauta pode ser pensada no contexto das estratégias de produção do produto midiático de maior valor agregado na televisão brasileira: a telenovela.

Referências bibliográficas

- ANDREJEVIC, Mark. (2008). Watching television without pity: the productivity of online fans. *Television & New Media*, 9(1), 24-46.
- ANTONACCI, Andrea; BACCEGA, Maria Aparecida. (2012). Cheias de charme: um estudo sobre transmidialidade e produção de interatores à luz da narrativa televisiva. *Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (INTERCOM).
- BACCEGA, Maria Aparecida. (2009). Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo. Em: CASTRO, Gisela G. S. e TONDATO, Marcia P. (Orgs.). *Caleidoscópio midiático: o consumo pelo prisma da comunicação*. 2 – 30. E-book disponível em http://ppgcom.espm.br/images/docs/caleidoscopio_midiatico.pdf (acesso em 30 abril, 2013)
- BOSSHART, Louis; HELLMÜLLER, Lea. (2009). Pervasive entertainment, ubiquitous entertainment. *Communication Research Trends*, 28(2), 3 – 19.
- CANDIDO, Fabiano. (2011). Globo exige que YouTube exclua novelas. *Exame.com*, 16, julho. Matéria disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/globo-exige-que-youtube-exclua-novelas> (acesso em 30 de abril, 2013).
- CASTELLS, Manuel. (2009). *Communication power*. New York: Oxford University Press.
- CASTRO, Gisela G. S. (2012). Notas sobre a inserção da telenovela brasileira na cibercultura. *Revista Comunicación*, 1(10), 32 - 41. Disponível em: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/003.Notas_sobre_a_insercao_da_telenovela_brasileira_na_cibercultura.pdf (acesso em 30 de abril, 2013).
- _____. (2012a). Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo. Em: BARBOSA, Livia (org.). *Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 61-77.
- _____. (2012b). Cheias de Charme: a classe trabalhadora no paraíso da cibercultura. *Ciberlegenda*, 27, 59 – 69.
- _____. (2012c). Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor-fã. *Fronteiras – estudos midiáticos*, 14(2): 133-140.
- CHAO, Vanessa. (2013). Brazil: the social media capital of the universe. *The Wall Street Journal*. <http://online.wsj.com/article/SB10001424127887323301104578257950857891898.html> (acesso em 30 de abril 2013)
- CRUZ, Renato. (2013). Brasil vira a capital da mídia social. *O Estado de São Paulo*, 3 março, Economia & Negócios, p. 88.
- FORD, Sam, DE KOSNIK, Abigail e HARRINGTON, C. Lee. (2013). *The survival of soap opera: transformations for a new media era*. Kindle Edition.
- JENKINS, Henry; FORD, Tom e GREEN, Joshua. (2013). *Spreadable*

media: creating value and meaning in a networked culture. N. York: NYU Press.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. (2008). A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. Em: BORELLI, Silvia, FREIRE FILHO, João. (Orgs.). *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: EDUC.

MASCARENHAS, Alan e TAVARES, Olga. (2012). Transmídia em telenovela: Cheias de charme e de transmidialidade? *Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (INTERCOM).

FOLHA DE S.PAULO. (2013). Redes sociais mudam a forma de ver TV. TEC, F3, 22 abril. (matéria não assinada).

REGO, Aline S. (2012). Cheias de charme: televisão, interatividade e produção de subjetividade na novela das sete. *Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (INTERCOM).

SARKIS, Marcelo. (2013). Um olho na TV, outro no computador. *Portal Zero Hora*. 28 abril.

SODRÉ, Muniz. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro: Vozes.

SCOLARI, C. (2011). entrevista concedida a MUNGIOLI, M. Cristina. A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo. *Matrizes*, 4(2), 127-136.

_____. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoria de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa Editorial.

TARAPANOFF, Fabíola P. A. e FERNANDES, Julio C. (2012). Reflexos de uma ascensão: o imaginário da classe C nas novelas 'Cheias de Charme' e 'Avenida Brasil'. *Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (INTERCOM).

TORREGLOSSA, Siliva e JESUS, Adriano M. V. (2012). Estudo sobre fãs na telenovela brasileira e sua representação modelar em 'Cheias de charme'. *Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (INTERCOM).

PORTAL GLOBO.COM. Saiba mais sobre a importância da carteira assinada. <http://tv.globo.com/novelas/cheias-de-charme/Trabalhador-Domestico/index.html> (acesso em 30 de abril, 2013).