



Sustentabilidade comunicacional: a realidade pós-editada

Communicational Sustainability: the post-edited reality.

Nilton Gonçalves Gamba Junior, PUC-Rio

gambajunior@puc-rio.br

Pedro Sarmiento, PUC-Rio

pedrofsarmiento@gmail.com

Resumo

O artigo contextualiza um experimento de pós-edição para pesquisa de campo que tem, como tema, a pouca visibilidade de certos aspectos da desigualdade racial no Brasil e que, além disso, parte da conceituação de “sustentabilidade comunicacional”. Os termos “sustentabilidade” e “comunicacional” compõem uma analogia que se origina na relevância que a área do Design tem assumido nos esforços contemporâneos de uma lógica coletiva e sustentável. Esta designação indica que, assim como estabelecemos parâmetros para as ações físicas, biológicas, econômicas e sociais, também seria possível discutir, sob um paradigma similar, critérios para se pensar o contexto atual da comunicação visual. A comunicação poderia poluir, intoxicar, falir e prejudicar processos ou sociedades? Para inter-relacionar sustentabilidade e comunicação, usamos como referência a obra do semiólogo e cineasta Pier Paolo Pasolini.

Palavras-chave: Comunicação visual, Sustentabilidade, Desigualdade racial.

Abstract

The article contextualizes a post-editing experiment for field research that has, as a theme, the low visibility of certain aspects of racial inequality in Brazil and which, in addition, uses the concept of "communicational sustainability". The terms "sustainability" and "communicational" form an analogy that originates in the relevance that the area of Design has assumed in the contemporary efforts of a collective and sustainable logic. This designation indicates that, just as we set parameters for physical, biological, economic and social actions, it would also be possible to discuss, under a similar paradigm, criteria for thinking about the current context of visual communication. Could communication be polluting, intoxicating, failing and damaging processes or societies? In order to interrelate sustainability and communication, we use as reference the work of the semiologist and filmmaker Pier Paolo Pasolini.

Keywords: *Visual Communication, Sustainability, Racial inequality.*



Introdução

O presente artigo introduz a noção de “sustentabilidade comunicacional” e a sua contribuição como referencial conceitual para a pesquisa em Comunicação visual, especialmente na criação de dispositivos analíticos para a visibilidade de questões materiais expressas por um determinado contexto histórico-social. Descreve-se, como exemplo, um registro de campo e um instrumento de divulgação de pesquisa cujo tema é a desigualdade racial no Brasil e, mais particularmente, a sua manifestação visual em uma localidade da cidade do Rio de Janeiro: a orla de Copacabana. Neste experimento, como técnica de visibilidade, serão usados recursos de captura, edição e pós-edição de vídeo.

Na sua origem, o termo “sustentabilidade” identifica-se como um princípio que se aplica a um projeto, a uma comunidade ou na administração de recursos do planeta. Nesta visão, as características mais evidentes são o ecologicamente correto, o economicamente viável, o socialmente justo e o culturalmente diverso. A área do Design tem assumido uma relevância particular nos esforços contemporâneos de uma lógica coletiva e sustentável, sendo responsável pela reformulação das práticas e ampliação da visibilidade desse aspecto ecológico, econômico e social. PAPANÉK (2018), MANZINI (2008) e SANTOS (2002) são alguns dos referenciais que sistematizam um panorama geral, não só na origem deste conceito, suas adaptações e corruptelas linguísticas, mas também quanto às inovações nas aplicações em políticas sociais.

A elaboração do conceito de “sustentabilidade comunicacional” parte da obra de LYOTARD (1998) sobre a produção de conhecimento, em que destacamos os processos de legitimação alicerçados na linguagem. Lyotard expande a noção de “paradigma” propondo uma reflexão sobre as tendências culturais de maior ou menor valorização de determinadas áreas do saber. O processo descrito pelo autor começa com a compreensão da ciência como um produto da linguagem e, assim, regido por princípios correlatos tais como contextos sociais, subjetivos e relações de poder.

Lyotard vai usar, como caso exemplar na segunda metade do século XX, a submissão das ciências às perspectivas da cibernética – modelo de produção de conhecimento hegemônico com grande visibilidade de resultados, de inovações tecnológicas e de elaboração, portanto, de um novo paradigma. Neste contexto, grande parte da produção de conhecimento passa a ter que ser consumida de forma eficaz e, para tanto, ter a capacidade de se encaixar dentro do sistema performativo de *inputs* e *outputs* visíveis em sistemas como os da cibernética – o que pode gerar uma violação das especificidades de outras áreas ou, ainda, ser usado de forma original por aqueles que identificam o processo e ganham autonomia em relação a ele.

Lyotard aponta a importância de dar visibilidade aos modelos legitimadores, às metodologias dominantes e às relações de poder e mercado para poder realizar uma tripla função: 1) Comunicar-se melhor com seu tempo, compreendendo códigos mais difundidos e os modelos de produção de conhecimento mais recorrentes ou dominantes; 2) Contribuir com processos alternativos, seja na escolha do objeto, no uso de novos paradigmas e, principalmente, na



problematização dos processos linguísticos que servem de matéria-prima; 3) Rever processos historicamente preteridos e resgatar modelos úteis à contemporaneidade no diálogo entre o hegemônico e o marginal, a fim de gerar facilidades para processos de divulgação na sociedade.

De uma forma geral, a noção de “condição pós-moderna” por ele proposta ou mesmo a conceituação de “pós-modernismo” na arte ou no entretenimento de massa, defendida por outras teorias, reincidentem em se distinguir das vanguardas modernistas pela proposta de enfrentamento da relação tradição/inação. Se, para as vanguardas modernistas, a ruptura com o passado e com as condições contextuais eram inerentes às novas alternativas, para o pós-modernismo, por sua vez, a incidência das rupturas estéticas, conceituais ou ideológicas não são propriamente anulações de experiências passadas, mas processos intimamente relacionados e que muitas vezes trazem, de forma até explícita ou contraditória, a visibilidade do que era o passado – ou daquilo que constitui o contexto a partir do qual se quer inovar. A revisão deste determinado contexto – que pode ser irônica, sarcástica, ácida, ufanista ou melancólica –, geralmente aponta uma releitura, uma nova possibilidade crítica e um novo paradigma que se organiza pela visibilidade inovadora, e não pela indiferença a um determinado paradigma dominante.

Este artigo adota exatamente esta metodologia em relação ao tema da sustentabilidade. É inegável a visibilidade que os processos de Design ganharam, dentro da produção de conhecimento global, a partir da valorização sócio-histórica do paradigma sustentável. É claro que, dentro das subáreas do Design, também haja algumas com mais afinidades com o tema e, por isso, com mais atuação dentro das ações sustentáveis – tais como as áreas de projeto de produto e de gestão. Atualmente, não obstante o fato de que a sustentabilidade já seja algo amplo e que inclui a dimensão cultural e social, o lastro de identificação com os danos materiais são ainda mais pregnantes.

Neste cenário é que se inscreve, de forma provocadora, a ideia de uma “sustentabilidade comunicacional” ou de uma “sustentabilidade da comunicação”. Usando a provocação proposta pela obra de Lyotard, uma subárea primariamente ligada apenas ao conceito de sustentabilidade social (comunicação) é associada a outro uso mais evidente do termo: sua associação às consequências físicas ou econômicas. Primeiramente, leva-se a um estranhamento e a um questionamento desta proposição; depois, na aplicação, o estudo identifica os principais parâmetros da sustentabilidade e suas relações com a subárea do projeto de produto para, então, relacioná-los com as especificidades da subárea da comunicação visual. Propõem-se, então, uma releitura das categorias por analogias e, ao final, o estudo descreve um experimento pontual de visibilidade que mostra os resultados aplicados.

Parte-se não de uma anulação, porém de um diálogo, e o que é produzido não é uma submissão artificial, mas uma percepção inovadora de um novo paradigma com as suas especificidades garantidas e, mais em longo prazo, inclui-se até a revisão do próprio paradigma de origem, efetuada pela releitura por iniciativa de uma nova área. Aqui, nos deteremos nos primeiros recortes da conceituação da expressão.



Balizamentos

Primeiramente, é fundamental distinguir a sustentabilidade comunicacional de três outras abordagens:

A preocupação com a função comunicacional na divulgação da sustentabilidade tradicional. Não é este o foco da sustentabilidade comunicacional, essa preocupação com a visibilidade da causa é mais corretamente denominada de “comunicação da sustentabilidade”. A comunicação da sustentabilidade são as ações que comunicam as demandas características dos diversos segmentos dessa lógica de gestão de recursos. A sustentabilidade comunicacional é a ampliação do conceito de gestão de recursos para além da sustentabilidade material, pensando que, além de questões econômicas, ambientais, energéticas e físico-químico-biológicas, pode-se pensar na releitura deste paradigma no âmbito específico da produção de sentidos na comunicação.

A sustentabilidade tradicional na comunicação. Este recorte é a aplicação real de práticas da sustentabilidade físicas e econômicas em relação à produção de Comunicação visual. Nesse escopo, observa-se a sustentabilidade dos produtos e processos gerados pela Comunicação visual. Tintas, papéis e tecnologias voltam novamente a demandar uma reflexão sobre sustentabilidade para os produtos, ainda que no âmbito da produção desta área. Também se pode pensar em ciclos de produtos, custos orçamentários ou uso de energia limpa nos processos comunicacionais. Já na sustentabilidade comunicacional, como uma subárea da sustentabilidade social, se estudam, dentro dos danos sociais, quais são as consequências particularmente comunicacionais quanto à produção de sentidos – diferente do impacto de um ciclo de produto no meio ambiente ou na gestão de recursos econômicos em primeiro plano.

A metodologia de estudos comunicacionais baseados em *Media Ecology*. *Media Ecology* é a corrente norte-americana de estudos da comunicação que pesquisa a veiculação de conteúdo contemplando seu entorno, seus desdobramentos e atravessamentos por outras mídias, suportes e interferências de conteúdos – o que evoca o termo “ecologia”. A *Media Ecology* pode ser uma metodologia a ser usada no estudo da sustentabilidade comunicacional, mas a segunda é muito mais um modelo de abordagem do tema do que uma metodologia ou técnica.

Como apontado na introdução, sustentabilidade comunicacional é, portanto, a proposta de um modelo de observação da comunicação em que as perspectivas mais evidentes da sustentabilidade são aplicadas de forma alegórica e provocadora, agora voltada às práticas de produção de conteúdos na cultura. Substituem-se as consequências tóxicas do objeto pela preocupação com a toxicidade na produção de sentidos – sendo útil, no final, para reforçar também as especificidades da sustentabilidade social.

A comunicação poderia poluir, intoxicar, falir e prejudicar processos ou culturas? A resposta parece obviamente afirmativa; no entanto, se a sustentabilidade já enfrenta o senso comum que os denomina de “patrulha” – ou “ecoelhos” –, a denúncia do papel político e social da comunicação não está em uma posição distinta. Ou seja, será sempre delicada a proposição de uma análise crítica da comunicação que pressuponha critérios para a sua produção.



A principal questão ética que envolve, por exemplo, o uso do termo “intoxicação cultural” – que foi criado por um político brasileiro, nos anos 1980, e que se sobrepõe à noção de “poluição visual” já usada na área – é a de se desdobrar em alguma aproximação de um tipo de censura ou de cerceamento do direito à livre expressão. Pelo contrário, o termo faz justamente uma crítica à ideia de uma censura política ou ideológica vivida em muitos países durante os séculos XX e XXI, ainda que em regimes sem ditaduras, mas que se tornam alvos de práticas que coíbem o processo democrático, por exemplo, por falta de equidade comunicacional.

Para desmistificar as reflexões sobre o que se produz na comunicação visual, é preciso revisar alguns tabus sobre o tema:

- **Crítica à comunicação gera censura:** se, por um lado, o modelo de censura proposto por governos totalitários é algo que deve sempre ser combatido, por outro lado a ideia de uma sociedade sem censura é uma falácia. Desde a própria autocensura, que rege um indivíduo em seus processos subjetivos, até a complexa gama de censuras sociais que, por vezes, nem precisam de leis para atuarem, permanentemente se regula a produção comunicacional. Não é possível assistir um nu frontal masculino em uma telenovela vespertina ou uma representação escatológica de violência em uma publicação editorial reconhecida pela sofisticação. Ou seja: leis, políticas editoriais, lógicas que pretendem a massificação, códigos morais e relações de mercado são apenas algumas das censuras que interferem na produção de conteúdo e com especificidades muito divergentes em diferentes culturas.

Essas pressões podem ser filtradas e conduzidas pelos próprios meios, o que é o ideal para a sua liberdade. Porém, isso não invalida um estudo crítico que, por exemplo, os observe e amplie a visão de seus produtos para além de seus regimentos éticos internos. Assim, não estudar os modelos reguladores complexos por um tabu que parece indicar que, a qualquer momento, pode emergir um viés fascista de coibição e perda da liberdade constitui uma argumentação falha.

Desconstruída, então, a ideia de que há a ausência de censura em alguma sociedade, fica clara a relevância de seu estudo como forma de compreender melhor por intermédio de quais mecanismos estão se dando as coerções e liberdades, para rever seus processos, dar visibilidade aos seus modelos e propor alternativas como forma de consciência política. Talvez, a exclusividade dos processos legitimadores do mercado ou de religiões, por exemplo, não seja o ideal para esta prática de autorregulação, mas apenas um estudo poderia evidenciar, denunciar e propor alternativas críticas – sempre dialógicas e analíticas.

- **A passividade do espectador:** na abordagem da comunicação, outra questão ética é a substituição de um paradigma que via o espectador como uma tábula rasa, sem mecanismos de resistência e, portanto, passivo, para um polo na posição contrária, que o define como uma subjetividade crítica, ativo e capaz de ter sempre critérios diante do consumo de conteúdos, portanto sendo um ser autônomo e independente incondicionalmente. Estes dois polos assombram o estudo da comunicação como dois riscos frequentes e não injustificáveis.



Um dos marcos dessa polarização foi a desmistificação da mensagem subliminar e dos riscos de estratégias ocultas para persuadir o leitor a adotar um comportamento determinista, como no consumo de um determinado produto. A desconstrução dessa eficácia e, em certo sentido, dessa crença, ajudou a deslegitimação, por tabela, da leitura de outras formas de interferência da comunicação no sujeito e na sociedade. Para abordar a comunicação de forma mais contemporânea, é preciso simultaneamente desmistificar a ideia de sujeito totalmente passivo e de sujeito integralmente autônomo.

Hoje, um modelo de estudo da comunicação mais contemporâneo entende estes dois polos como duas inclinações de um sujeito (pouca capacidade crítica e maior autonomia diante do conteúdo) que jamais serão observadas de forma absoluta – na totalidade de uma e, portanto, na nulidade de outra. Como vetores de um eixo, estes dois polos podem situar simultaneamente diversas experiências quanto às duas características, entendendo que um indivíduo não terá a mesma posição que outros; assim como, em relação ao mesmo indivíduo em diferentes épocas ou diante de diferentes estímulos ou diferentes contextos sociais ou períodos históricos, eles também farão um tipo de leitura com múltiplas e mutáveis localizações nesse eixo.

- **A neutralidade política na comunicação:** a classificação de certos tipos de eventos comunicacionais como “engajados”, no sentido de ter uma evidente militância ideológica ou um posicionamento político ou partidário, construiu, na contramão, a ideia de que outros produtos são apolíticos. A ideia de que há produções apolíticas gera a supervalorização deste segmento por não impor um viés ideológico ou não constranger diversidades – novamente, não censurar. Por conseguinte, o terceiro desdobramento seria uma crítica ao estudo político da comunicação por se dar, nele, algum tipo de direcionamento e enviesamento. As três questões já são, hoje, denunciadas como falaciosas também.

Em primeiro lugar, não existe produção apolítica. A rejeição a abordar de forma explícita um tema político, por exemplo, já é em si um viés de grandes implicações políticas. Ou seja, da mesma forma como o pressuposto da neutralidade científica foi derrubado no século XX, a neutralidade comunicacional constitui uma perspectiva ainda mais inconcebível no século XXI. Não havendo ausência de ideologias, derrubam-se as duas outras argumentações: não há hierarquia democrática entre um ou outro conteúdo apenas pela sua pretensa neutralidade e, portanto, é novamente interessante observar as diversas ideologias propagadas pelos meios, independentemente do fato de que se coloquem ou não como apolíticos.

Uma das obras mais importantes sobre o poder político da comunicação é de autoria de Noam CHOMSKY (2014), na qual o autor analisa como se dão as formas de uso da mídia para manipulação de dados, informação e ideologias nos Estados modernos. O interessante da obra de Chomsky é desmistificar a ideia de que os Estados ditos “democráticos” no século XX resolveram a questão da democracia comunicacional com a neutralidade. No campo objetivo das práticas culturais, as maiores conquistas dessas revoluções foram a evidência do lugar de fala e a proposta da equidade comunicacional.



Apesar de todas as distorções no uso destas duas noções, “lugar de fala” é a proposta de dar evidência ao sujeito ou instituição e seu contexto, para que possamos perceber seu discurso não como algo isento e isolado, porém contextualizado conforme condiz a todo saber contemporâneo. Já a “equidade comunicacional” vem se opor à ideia de “neutralidade”: não é possível uma produção comunicacional, um sujeito ou uma instituição neutra sob o ponto de vista ideológico. Sendo assim, uma sociedade mais “democrática” não é a que sai em busca de uma mídia mais “neutra” mas, sim, uma sociedade que contemple de forma equânime a maior parte da diversidade dos pontos de vista. Diversidades de lugares de fala geram equidade e estes são os verdadeiros reguladores para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável comunicacionalmente.

Dessa forma, a sustentabilidade comunicacional se propõe a discutir efeitos e consequências da produção cultural na contemporaneidade, mas sem ser determinista: incluindo a perspectiva da complexidade e da interdisciplinaridade; revendo critérios e censuras para além de uma proposição de regras; rompendo impedimentos que advenham de tabus historicamente construídos, porém se apropriando de questões éticas apontadas na construção de modelos de investigação; e, ao final, sendo capaz, sim, de falar de toxicidade, danos e excessos.

Pasolini, um referencial

As primeiras lembranças da vida são lembranças visuais. A vida, na lembrança, torna-se um filme mudo. Todos nós temos na mente a imagem que é a primeira, ou uma das primeiras, da nossa vida. Essa imagem é um signo, e, para sermos mais exatos, um signo linguístico. Portanto, se é um signo linguístico, comunica e expressa alguma coisa. (PASOLINI, 1990, p. 125)

Em diferentes pesquisas, aponta-se a relevância da obra de Pier Paolo Pasolini não só para a subárea de Comunicação Visual como, também, para toda a área do Design. Ao propor a sua “semiologia da realidade”, Pasolini amplia os pressupostos de análise da experiência comunicacional bem além dos limites de um suporte tradicional. Se a metodologia de *Media Ecology* pressupõe uma experiência ampliada do sistema de comunicação para além do consumo de seu aparelho entendendo o entorno, as influências de outros sistemas comunicacionais e, portanto, de outros aparelhos, por sua vez Pasolini vai propor uma ampliação do objeto comunicacional analisável.

Mais além da análise da diagramação de um cartaz ou de uma interface no celular, ou mesmo da inter-relação entre esses meios e mensagens em *Media Ecology*, o conceito de “semiologia da realidade” torna analisável, como produtor de enunciados, a cortina da epígrafe deste item, um corte de cabelo, a rotina da esquina de uma avenida ou o desaparecimento dos vagalumes em uma dada região rural.

Essa perspectiva de uma semiologia para qualquer manifestação material é importantíssima para o design e para a visibilidade do potencial comunicacional de qualquer objeto – seja ou não produzido primariamente com esta função – e para a relevância do aspecto processual do projeto



que, no seu uso, pode construir novos sentidos imprevisíveis. Comunica-se mesmo quando diversas etapas do projeto não identificaram esta função do objeto.

Partindo das referências do materialismo histórico de base marxista, Pasolini, de certa forma, dá continuidade à obra de Walter BENJAMIN (2012) na medida em que se baseia na releitura dos mesmos referenciais e que tem, como principal atenção, a dimensão política da comunicação e os riscos do fascismo – ambos os autores enfrentaram essa forma de regime e foram mortos por questões políticas. Benjamin suicida-se por ser judeu e não conseguir fugir do III Reich na Segunda Guerra Mundial, e Pasolini é assassinado por suas denúncias tanto do fascismo derrotado de Mussolini quanto do surgimento de um neofascismo na segunda metade do século XX, na Itália. Por isso, fica clara para ambos a associação entre expressão material e política e entre produção conceitual e materialidade.

Esta implicação política e conceitual da materialidade é que levará o autor a propor outra noção: a “pedagogia material”. Entendendo a realidade como uma expressão híbrida e com vocabulários físicos muito diversificados, ele denuncia que, além da função comunicacional, há uma função didática. A materialidade é um importante vetor de socialização que, por meio de um léxico próprio, constrói sentidos que ele vai denominar de “inarticulados”, mas com grande potencial de formação do indivíduo, de sua visão de mundo e, portanto, retornando a Lyotard, de seus paradigmas. Além das linguagens mais associadas à produção de ciência, como a linguagem textual ou matemática, Pasolini aponta os saberes aprendidos a partir de uma linguagem material – linguagem pouco evidenciada como construtora de paradigmas, produtora de sentidos e associada a ideologias.

A relevância de sua obra para a pesquisa em Design e para a Comunicação visual é ampla e multifacetada. Neste artigo, por conta da proposta de relacionar conceitos de sustentabilidade com a comunicação, usaremos a semiologia de Pasolini como um adaptador para alguns modelos ecológicos. A ecologia do meio-ambiente e das sociedades pode provocar uma leitura da ecologia do que “consumimos” com os olhos e, como diria PASOLINI (1990), se transforma em nossa carne e nosso espírito?

É fundamental entender que Pasolini também inclui a linguagem visual bidimensional e a imagem técnica e seu léxico dentro dessa linguagem material. Na verdade, para formular o conceito de “semiologia da realidade”, na obra *Empirismo herege* (1981), o autor utiliza a linguagem do cinema como um conjunto de códigos amplos que contribuem, de forma particular, para uma semiologia mais geral.

Pasolini parte da experiência humana mais primitiva, que ele chama de *Ur-signo*, e que se dá na **realidade vivida**, na própria experiência do fazer. Nela, aponta a ideia de *pragma* e interação, e mostra que ela não é favorável à existência simultânea de sua linearização, narração ou edição.

Como forma de entender antropologicamente a complexificação comunicacional do ser humano, ele destaca uma vivência imediatamente seguinte ao *Ur-signo*, que seria a **realidade observada ou contemplada**. Neste ponto, emergem diversos câmbios relacionais com a experiência, que vão suscitar as primeiras sementes da narrativa, tais como: alteridade, objetificação da realidade, visibilidade da linearidade, sucessividade e finitude.



A partir daí, Pasolini vai ser cuidadoso ao passar por cada um dos grandes saltos na representação: a **realidade imaginada ou interiorizada**, em que vemos o papel da reminiscência e da prospecção, e o que o autor vai chamar de "gíria artística" pelo incremento do potencial do sujeito de editar essa realidade – agora, ainda maior do que na contemplação; a **realidade representada**, em que a representação é abordada no sentido de encenação. A gestualidade e a mímese corporal simulam eventos e há, pela primeira vez, o sentido de espetáculo e simulacros nos quais o interlocutor não teve contato com o fenômeno original; a **realidade evocada ou verbal**, em que se instaura a possibilidade mais potente da convenção e do simbólico, com grande evidência para a abstração e a metalinguagem; a **realidade figurada**, na qual a representação assume o aspecto formal, pictórico, em que se percebe a clareza da fixação do tempo e do espaço evocando a imobilidade; a **realidade fotografada**, que pretende remeter aos primeiros níveis da realidade contemplada e vivida com ampliação do potencial de testemunho, compartilhamento e recordação; a **realidade teletransmitida do audiovisual**, que modifica as relações de observação por um tipo de simultaneidade do movimento que inclui, agora, o distanciamento físico, o que traz grandes questões quanto à consciência do meio – devido à simulação de observação direta. E, por último, a **realidade reproduzida do audiovisual**, que permite se adicionar à teletransmitida maior potencial de edição e, portanto, da "gíria artística". Se a realidade teletransmitida (audiovisual ao vivo) gera questões quanto à consciência do meio, a realidade reproduzida teria mais potencial para a problematização da consciência do tempo – ao editá-lo em sua finalização.

Enquanto camadas de sedimentação de experiências, Pasolini não enxerga essas realidades de forma estanque ou dentro de uma cronologia linear, entretanto não deixa de dar a elas uma dimensão histórica – o que permite contextualizar culturas e sociedades quanto a seus avanços tecnológicos ou representacionais. Além disso, o objetivo não é fixar cada realidade a uma técnica única, pode-se usar uma técnica pictórica com a perspectiva da realidade teletransmitida ou vice-versa.

O objetivo final do autor é demonstrar que o léxico de uma semiologia da realidade envolve todas essas camadas juntas, como sedimentos arqueológicos. Pela complexidade de diferentes sistemas de significação, Pasolini delimita cada experiência e suas características mais relevantes para que o semiólogo possa olhar para a realidade de uma maneira mais ampla e menos cindida. Eis aí as ferramentas para uma semiologia da realidade e para a compreensão da pedagogia material. Com o objetivo de trazer à tona as dimensões política e social desta abordagem, usaremos estas ferramentas junto à descrição de uma sustentabilidade comunicacional para rever os parâmetros do autor e da sustentabilidade em diálogo.

Sustentabilidade comunicacional

Partindo da relevância da experiência material como produtora de sentidos, podemos entender a definição de sustentabilidade comunicacional como uma análise “ecológica” desse ambiente de representações no qual estamos imersos. É corrente a denúncia de que conquistas tecnológicas, tais como os avanços no campo da conectividade e mobilidade, geraram um



excesso de informações e um consumo excessivo e, portanto, superficial de conteúdos. Movimentos como *calm technology* ou *slow technology* ou ainda leis, como as da França, que proíbem comunicação digital sobre assuntos de trabalho depois do horário do expediente, apontam a revisão do modelo de consumo de tecnologia e, também, de comunicação. Esta questão, por exemplo, é um problema típico da abordagem de uma sustentabilidade comunicacional por propor uma ideia análoga à da saturação da toxicidade química.

No artigo *Novas tecnologias, antigos temores* (JOBIM E SOUZA e GAMBÁ JR., 2002), é lembrado que Platão já denunciava a difusão e ampliação do sistema de representação escrita como uma ameaça para a cultura da memória oral e da capacidade individual de rememoração. Se, nesse conjunto de técnicas de representação, incluirmos a moda, o gesto, a arquitetura, o movimento dos automóveis, os ruídos de uma cidade grande, os odores da infância ou os registros audiovisuais, veremos o quão importante é pensar em uma sustentabilidade na administração de todo esse conhecimento, por vezes tão pouco articulado, conforme descreve a cortina da citação de Pasolini.

Assim, tentando entender alguns conceitos que solidificaram o paradigma da sustentabilidade, na teoria da comunicação podemos rever, pela materialidade – utilizando aqui, como recorte, a obra de Pasolini –, paralelos que partem de uma metáfora, mas vão além, provocando a elaboração de um novo olhar para o campo e, portanto, a adoção de novos paradigmas. Por conta do escopo deste artigo e da função limitada como referência para uma nova abordagem, apontam-se apenas três critérios centrais que estimulam o diálogo com a semiologia do autor. As três questões principais da sustentabilidade aqui selecionadas são: **excesso, ciclo de produtos** e a **lógica do capitalismo de consumo**. Apresentam-se, de forma sintética, as três premissas relacionadas à sustentabilidade tradicional justamente pela pregnância na área e a facilidade de acesso às definições mais aprofundadas e, além disso, nos deteremos em desenvolver mais detalhadamente a sua aplicação na comunicação visual a partir da obra de Pasolini.

Excesso e massificação

A primeira questão da sustentabilidade material é o problema do excesso, visto na oposição entre quantidade e qualidade – excesso de produção, excesso de consumo e excesso de resíduo, por exemplo. Assim como se dá na sustentabilidade tradicional, este aspecto produtivo vai ser fundamental e estará, de certa forma, ligado a todos os outros também na sustentabilidade comunicacional.

Pasolini vai abordar este tema muito antes do advento de várias das tecnologias contemporâneas, mas com uma preocupação visionária. Além das revisões sobre quantidade de informação e excesso de exposição a estímulos e a imagens técnicas, Pasolini nos convida a entender quais sistemas se aproveitam dessa profusão. As primeiras consequências parecem óbvias, como as falhas em processos de concentração, de memorização e de aprofundamento de



questões – sempre lembrando que também podemos apontar as vantagens como, por exemplo, a potencialidade de conexões, agilidade de pesquisa e democratização de acessos. O autor vai lembrar que o excesso pode tanto se constituir como um vetor de diversificação quanto de massificação de processos hegemônicos.

Pasolini parte da divisão entre cultura erudita, cultura média e cultura popular ou dialetal para mostrar como, na Itália pós-unificação, a escolha de uma língua única e a influência do colonialismo americano no pós-guerra deram bases linguísticas e culturais para a universalização de uma cultura média – uma expressão, nesta época, burguesa. Os processos de massificação vão privilegiar o discurso médio pela própria ideia espacial de estar "entre" e, portanto, pela situação intermediária de facilitação de pontes com ambas as bordas. Há uma espécie de expansão de um sistema de códigos (o médio) que coloca em risco as duas outras alternativas de produção de sentido (a cultura erudita e a dialetal).

Pasolini destaca esse movimento para mostrar como a ampliação de sistemas comunicacionais podem não ser, necessariamente, sistemas que ampliam e democratizam a diversidade. Hoje, com novos modelos de distribuição mais individualizados que sugerem maior diversidade, podemos refletir sobre essa tensão dialética entre massificação de sistemas hegemônicos ou ampliação de visões múltiplas.

Ao se pensar nessa ideia de excesso, é imprescindível trazer as revisões do conceito de globalização – tanto para a visão de sustentabilidade geral quanto dos riscos sociais da massificação comunicacional. Em primeiro lugar, há a denúncia já sedimentada de que o produto ou a mensagem globalizada pode ser local na sua origem, embora seja difundida de forma global, com conseqüências tanto positivas como negativas quando pensamos nas diferenças de oportunidades entre os diversos "locais" de acesso ao global.

Em paralelo, também se apontam outras contradições da globalização: hegemonia global de alguns modelos locais de regime político (democracia neoliberal norte-americana) ou de empresas locais na sua origem (como *Mcdonalds*); evidências estatísticas de que, ao invés de reduzir as desigualdades, só as ampliou; efeito-rebote de “hipernacionalização” dos países desenvolvidos em função da miséria ao redor – ampliando os limites de fronteiras e criando tensões para imigrantes e refugiados – e a exploração produtiva de países sem legislações trabalhistas ou proteções legais contra exploração interna e internacional.

Ou seja, a massificação e o excesso precisam ser avaliados de acordo com a sua sustentabilidade social, econômica, política e ecológica. A quem interessa a massificação e a globalização na produção de sentidos? O que estamos consumindo de sentidos e informação nessa escala global? Quem são os agentes, os autores e seus locais de fala? Quais as produções de cultura local que ascendem ao nível global? Como substituir o global hegemônico pelo local potencialmente compartilhado? Como se dominam os processos do "muito" e que organizações estão por trás de sua produção? Como os novos modelos tecnológicos de descentralização da produção e distribuição conseguiram, de fato, produzir alternativas diversas na produção de sentidos?



Ciclo de produto e ciclo de leitura

As alternativas ao descarte e aos ciclos de produtos são fundamentais para a sustentabilidade ecológica. Há ciclos que podem se tornar tóxicos pela forma como não revelam soluções para um cenário complexo de descarte. Como comentamos no item anterior, a preocupação com o ciclo de produtos é praticamente uma necessidade diante dos efeitos produzidos pelo excesso, por isso ambos se inter-relacionam e se retroalimentam. O excesso se torna mais grave porque os ciclos não dão conta de seu descarte, e o problema do descarte piora em uma sociedade pautada pelo excesso. Há um problema tanto no excesso de produtos descartáveis, que geram resíduos e demandam mais produção de novos produtos (conforme ocorre no caso das embalagens), e há outro problema que é o não reciclável ou não biodegradável, o que aumenta o impacto poluente do descarte.

No âmbito da comunicação, Pasolini (1990) acrescenta à problemática do excesso do item anterior a ideia de “câmbios geracionais”, com os quais podemos fazer uma analogia com a noção de descarte. Já nos anos 1960/70, ele entende que a segunda metade do século XX vai ser marcada por mudanças estéticas muito intensas e em pouco tempo, o que pode gerar, segundo o autor, ciclos culturais muito rápidos e impactantes que devem produzir abismos nas experiências materiais entre pais e filhos, por exemplo. Por outro lado, pouco tempo de sedimentação de uma determinada experiência estética e sua problematização crítica.

Para o autor, há um processo de anulação da transmissibilidade mais direta por um ciclo de descarte de modelos culturais que os tornam quase incomunicáveis na relação entre alguns grupos sociais. Um desdobramento desse cenário de tendências é, então, um contexto de homogeneização centrípeta que exclui a divergência alteritária em ciclos de inovação permanente. Movimento que Pasolini vai chamar de “neofascista” – exatamente pela maneira como manipula os ciclos de produção de sentidos, isolando-os e descartando-os dentro de uma lógica de tendências e modismos.

Ele compara os anos 1960 na Itália, que registraram o *boom* da arte de cunho marxista como o Neorrealismo italiano, com a gradual mudança social dos anos 1970 (PASOLINI, 1981). Nos anos 1960, a arte dita “engajada” e seu valor social tensionavam uma sociedade de consumo de forte tendência reacionária. Pasolini descreve um período em que o reacionário burguês, ainda que por esnobismo, tinha que ver um filme de Antonioni, por exemplo, mesmo que não incorporasse a crítica do cineasta em seu estilo de vida, nem muito menos à sua ideologia. A sociedade confrontava diferentes visões de mundo.

Porém, nos anos 1970, os cineastas já haviam ido longe demais e a crítica e a exposição do modelo de vida burguesa se torna um escândalo – não mais uma tensão aceita. Escândalo, para o autor, é quando algum tipo de ruptura na forma e no conteúdo ultrapassa os limites da capacidade de ser absorvido pela sociedade conservadora.

Quando se dá esse escândalo na Cultura, é comum que nasça na sociedade o que o autor chama de “nostalgia do código” – quando se quer o lugar seguro anterior à ruptura. E o movimento não será necessariamente em direção às críticas suportáveis imediatamente anteriores, o retorno poderá ser para um lugar muito distante da recente boa-convivência, será em direção à ausência de oposição, à hegemonia dos princípios burgueses – do discurso médio. Descarta-se a tensão, opta-se pela hegemonia.

É exatamente o que se observa no início dos anos 1970, na Itália. Dando seguimento ao ciclo de obsolescência estética, o cinema Neorrealista se torna ultrapassado, assim como o marxismo. Nenhuma forma de resistência substitui a anterior e há o que acontece em vários momentos da História: a hegemonia universalizante e não problematizada de um paradigma médio, o estilo de vida burguês. Sem coerções, o paradigma – que já se desejava universal – assume a sua verdadeira face e surge o que o autor denomina de “neofascismo”: uma unanimidade acrítica favorecida pelo ciclo rápido de descarte. Eis a característica centrípeta e uniformizante dos ciclos que destroem e recriam tendências em um ritmo muito rápido e sem tempo para uma reflexão crítica. Para-se para pensar sobre determinada estética e constata-se que já mudou.

No caso do audiovisual daquela época na Itália, a homogeneização se deu com a substituição da produção do movimento Neorrealista pela exclusividade do cinema norte-americano de entretenimento e comédias frugais nacionais. Muitos anos depois, o ciclo *Hipster* de Emily Mehner representado no livro *Design de histórias I* (GAMBA JR., 2013) expõe o amadurecimento desse mecanismo de funcionamento dos registros médios de apropriação.

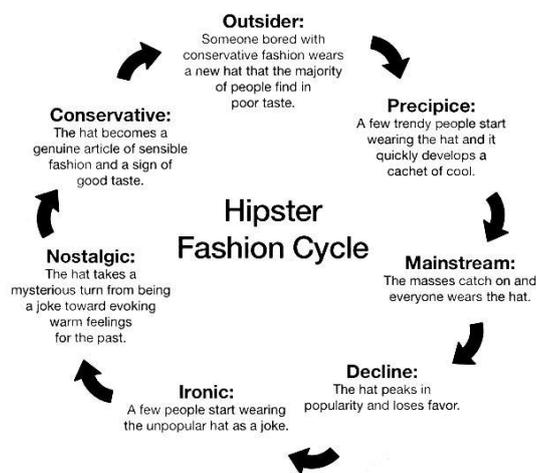


Figura 1: Ciclo *Hipster*.

Na imagem, podemos ver o ciclo geracional da moda do século XX, agora reconhecido e levado ao extremo no movimento *Hipster* no século XXI. A ideia aqui é que as ações que Pasolini chamaria de dialetais (*outsiders*) sejam revistas por uma deformação da noção de alta cultura (*cool*) para estarem prontas para um consumo médio e massificado (*mainstream*). O consumo massificado tem, em seu excesso, um mecanismo próprio de envelhecimento que o coloca muito em breve em uma condição ultrapassada, revela-se autofágico.



Apenas o passar do tempo permite que esta estética defasada volte como algo nostálgico, não para reciclar produtos, mas para reinventar processos diferentes da última fase que havia rompido com a anterior. Assim, a altura do cós da calça, a vigência ou não de um ideal e um tipo ou outro de música podem mudar juntos, por exemplo, quanto a serem atuais, obsoletos ou reciclados nesse processo de câmbios culturais.

As consequências deste ciclo para a Cultura, além da ampliação do excesso, é a eterna absorção pelo *mainstream* de produções *outsiders*. O marginal, como forma de resistência, é rapidamente absorvido pelo discurso médio e, cada vez mais rápido, perde sua potência questionadora. Incorporada ao discurso hegemônico, funcionará dentro deste novo registro.

Seja a cultura do *hip hop* criada em favelas e comunidades marginais como protesto provocador e como estética inconveniente embora, hoje, consumida em estampas de grifes famosas ou em videografismos de abertura de novelas; seja a calça rasgada extremamente agressiva do movimento *punk*, já incorporada como estilo nos magazines de produção massificada, ou até mesmo a xilogravura do cordel nordestino decorando painéis em um supermercado luxuoso, vemos eternamente a cooptação não apenas de uma estética bem como o “jogar fora” de sua pulsão original de resistência – o descarte da potência de resistência pela força centrípeta dos ciclos de tendências. Sempre lembrando que o movimento não é uniforme nem homogêneo, podendo haver, em certas formas de apropriações, processos de visibilidade de culturas de resistência que não comprometem seu potencial de crítica ao hegemônico, contudo descrevemos aqui uma inclinação mais frequente e poluente.

O movimento acelerado dos ciclos pode ser útil à falência da memória de um sentido específico de resistência: restará apenas a memória formal. O risco das incorporações é grande, e quem vai deter o poder de fazer os resgates ou revalidações propostas no ciclo *Hipster*? Serão as estruturas massificadas e o mercado e, portanto, suas visões de mundo?

O ciclo de produtos na produção artística ou cultural pode ter a função de desnaturalizar as relações do sujeito com a Cultura e, assim, ampliar seu potencial crítico. No entanto, a troca de um ciclo de produção no qual o estímulo de mudança inclui a **sobrevivência da memória questionadora, a inovação tensionada por reminiscências e a possibilidade da releitura crítica** por outro ciclo que tem, como fomentador da mudança, a **absorção estética acrítica, massificada e legitimada pelo mercado** fará o oposto: vai prejudicar bastante a capacidade de ruptura do sujeito com a submissão não autônoma à Cultura.

Pasolini vai propor alguns métodos para romper com essa naturalização e descarte, conforme veremos no artigo *Sísifo: fetiche e linguagem* (GAMBA JR., 2013). Métodos que ele aplica na sua própria obra ficcional, onde é exemplar ao abjurar seus filmes quando os percebe absorvidos por um sistema que deforma sua potência subversiva e ao reagir aos ciclos de tendência com ciclos críticos de resistência. Sua metodologia é, basicamente, uma proposta de sustentabilidade para a comunicação quanto às relações entre o descarte acrítico e o descarte consciente.

Ele pratica isso de forma também exemplar com o filme *Decameron* de 1971, a primeira obra de sua *Trilogia da vida* de 1971-1974. A série de filmes foi uma provocação cultural



(*outsider*) por meio de uso de conteúdos eróticos diante do moralismo do fim dos anos 1960 na Itália. No entanto, no início dos anos 1970, se dá a ascensão da produção audiovisual pornográfica como modelo de organização de uma indústria (*mainstream*). No Brasil, por exemplo, vai gerar a pornochanchada e, no mundo ocidental, uma sexualidade passível de ser consumida pelo próprio sistema capitalista com arranjos entre horários, espaços e acordos sociais. Pasolini vai chamar isso de “falsa liberdade” ou “liberdade concedida” – exatamente como a apropriação mercadológica de uma experiência de atavia social no eixo marginal/massificado.

Pasolini, então, vê seus filmes serem exibidos e acolhidos em salas e horários específicos, já dentro da lógica da nova indústria de pornografia. Pasolini rejeita esse reaproveitamento que, na verdade, descaracteriza a função social inicial de sua obra e escreve, em sua coluna de jornal, um texto no qual renega a obra – já totalmente esvaziada de seu potencial revolucionário (PASOLINI, 1990). Logo depois, para caminhar no seu propósito de desnaturalização do olhar, pouco antes de seu assassinato, ele consegue algo visionário: cria *Saló ou os 120 dias de Sodoma*, em 1975. Filme que vai conseguir, até hoje, manter sua potência de contracultura e seu local de marginalidade estética e de sentidos – talvez, um resultado de sua atenção permanente aos processos de naturalização acrítica que lhe permitiu lançar mão da escatologia.

Outro aspecto ligado aos ciclos e aos aproveitamentos da comunicação é a relevância que Pasolini dá à dimensão histórica. Chega a dizer que o presente é uma cela, ou se torna uma se for privado de sua dimensão referencial e passada. Pasolini vai apontar aí os riscos das vanguardas que pretendem, por vezes inocentemente, uma anulação da experiência passada como forma de resistência, mas acabam por ritualizar a estética gerada em novo movimento de enrijecimento expressivo. Assim, também, o ciclo de consumo rápido e de descartes de mídias, estéticas, símbolos, conteúdos ou produtos comunicacionais podem atingir a sociedade exatamente nessa fratura de sua dimensão histórica das oposições, contradições e resistências, e no favorecimento do que ele vai chamar de “genocídio cultural”.

Capitalismo de consumo e hedonismo

Para Pasolini, o capitalismo de consumo é, para os dois itens anteriores, o regime que impede, em sua lógica, a solução eficaz para a maior parte dos desafios de uma sociedade sustentável. Como lidar com o excesso e o ciclo predatório de produtos dentro da lógica atual de consumo? Aqui, portanto, ao falar de um sistema contemporâneo de consumo, voltaremos a tocar em excessos e ciclos, agora aumentando a magnitude de suas consequências e as dificuldades de sua superação por conta do próprio funcionamento de uma superestrutura: o consumismo.

Uma imagem importante evocada pelo cineasta foi o desaparecimento dos vagalumes. O ensaio, de visão pessimista (PASOLINI, 1990), utiliza a extinção desses insetos em algumas



localidades rurais da Itália como metáfora para a extinção de um tipo de manifestação cultural regional.

Ele recorda um tempo da juventude, ainda durante a ditadura fascista de Mussolini, quando ainda se podia ver o brilho fugidio e intermitente dos vagalumes. Em contrapartida, lembra que grandes holofotes varriam a cidade que, em época de ditadura e governo totalitário, rastreavam inimigos e subversivos.

Pasolini descreve um passeio à noite pelo campo com seus amigos, embora não fosse permitido por aquele regime estar ali, àquela hora, bebendo. Por conta disso, narra como temiam a vigília dos grandes holofotes, que passavam pelas colinas procurando transgressores como eles, e formula a oposição entre duas formas de luminosidades. Associa ao pequeno inseto as práticas culturais locais, ancestrais, subversivas e, por vezes, oprimidas por vieses de poder e dominação. Poder representado, nesta metáfora, pela grande potência da luz perseguidora que ofuscava ou impedia a visibilidade dos vagalumes.

Tempos depois, na mesma região, ainda que sem os refletores do fascismo, o autor não pode mais ver as luzes frágeis dos animais e aí denuncia uma extinção verdadeira. Agora, não era mais um refletor que obliterava a luz frágil, eram os insetos que haviam sido extintos. O primeiro movimento de oscilação de visibilidade se deu no contexto do fascismo, agora a inexistência dos insetos se dá nas consequências, para a Itália, do capitalismo de consumo. Pasolini aponta que esta nova fase pode ser um período mais nocivo para a comunicação, pois a tirania nem é mais visível justamente pela extinção das forças de resistência – mais uma justificativa para o termo “neofascismo” ao descrever a influência do capitalismo de consumo e da segunda onda industrial na Itália.

Podemos fazer uma ponte entre essa preponderância de uma cultura sobre outra com a reflexão a respeito da globalização descrita no primeiro item abordando o excesso. No entanto, o que o capitalismo de consumo traz de diferencial nesta análise, para Pasolini, é o "como" essa dominação se dá: pelo diálogo direto com os desejos, e não com a ética ou a lógica.

Pasolini vai opor os mecanismos do capitalismo de consumo (hedonismo, facilidade de absorção, manifestos imagéticos e não textuais, acessibilidade de estímulos) aos mecanismos ainda herméticos do movimento de conscientização comunista, por exemplo. Realiza um filme sobre esta questão – *Gaviões e passarinhos*, de 1966 –, uma fábula em tom farsesco. Na narrativa, dois personagens tipicamente burgueses, um pai e um filho, caminham pela estrada e vivem experiências cotidianas que vão desde aumentar o aluguel de uma pessoa idosa e doente, que ocupa um imóvel, até serem seduzidos por uma jovem prostituta.

Acompanhando a dupla, há um corvo falante que o tempo todo tenta impingir aos personagens inconsequentes algum nível de justiça social. No entanto, o corvo fala aos dois com uma linguagem empolada – uma analogia clara ao Manifesto Comunista. Já a realidade os seduz pela riqueza, pelo conforto e pelo sexo – tudo isso sem muito texto e, talvez, com muito pouca consciência discursiva –, numa fruição única de imagens, prazerosas e inarticuladas. Pasolini opõe, aqui, a realidade evocada e simbólica à realidade vivida.



Ao final, os dois protagonistas matam, assam e comem o corvo, denotando sua total inutilidade e a capacidade daquele sistema de digeri-lo sem maiores problemas. Assim, Pasolini expõe o modelo de comunicação do neocapitalismo que fará com que os jovens – os quais ele vai denominar de “infelizes” – vistam a jaqueta de couro de James Dean, seja no Iêmen, na América do Sul ou na Itália. Paralelamente, não param de brotar aqueles que não terão acesso à tal jaqueta. Não terão acesso ao seu uso, mas seu desejo já fora implantado ratificando o conceito de felicidade que, segundo o autor, emerge unido e inseparável, juntamente com o excesso de estímulos do primeiro tópico e a frugalidade da vivência expressiva, com os ciclos de obsolescências e trocas descartáveis do tópico anterior.

Este consumo que sobrevém como um enorme holofote ofuscando particularidades regionais ou históricas, ou realmente matando as resistências, para o autor vai ter uma toxicidade enorme e consequências graves em um ecossistema que também depende da diversidade: o sistema comunicacional. Eis o genocídio cultural.

Um experimento

Partindo das categorias de análise associadas à noção de sustentabilidade comunicacional, descreve-se um dos experimentos em que o laboratório de pesquisa expande a semiologia da realidade de Pasolini para tecnologias e questões contemporâneas. O experimento utiliza o recurso técnico da pós-edição de vídeo como forma de ampliar a visibilidade crítica de eventos cotidianos. Divide-se o uso de pós-edição em duas partes: a) como técnica de visualização associada à análise exploratória do campo; e b) como divulgação dos achados e como instrumento de pesquisa de intervenção, que objetiva provocar produção discursiva tanto sobre o conhecimento dos resultados da pesquisa quanto sobre a naturalização acrítica da leitura da realidade.

Nesta configuração, o que o experimento deixa claro é que tanto a sustentabilidade comunicacional como a semiologia da realidade situam o problema da leitura da imagem em três níveis abordados pelo experimento. Primeiramente, a capacidade crítica na observação não midiaticizada (olhar para o cotidiano de uma cena urbana); em segundo lugar, a recepção da imagem técnica da mídia (audiência do vídeo com efeitos de pós-edição); e, por último, o olhar para a realidade modificado depois da interferência da mediação da imagem técnica (leitura de uma cena urbana não midiaticizada já influenciada pela mediação prévia de uma mídia editada). Em um ciclo permanente entre a presença clara ou não da mídia mediando as relações, o artefato gerado destaca uma parte destas relações para uma observação mais sistematizada.

Se a produção de sentidos massificada peca pelo excesso, pela redução da discursividade associada ao evento e pela captura da significação por certos setores hegemônicos, uma preocupação da sustentabilidade comunicacional deve ser a leitura crítica dos léxicos mais ou menos articulados de uma realidade material complexa. Como a técnica de pós-edição e o uso da simultaneidade de informações podem contribuir para outro tipo de leitura da realidade?



Neste experimento, utilizamos como tema a segregação racial no Brasil, diretamente ligada à segregação econômica e regional. Segundo dados de 2014 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 54% da população no Brasil é negra; no entanto, na parcela mais rica de 1%, 77% são brancos; e são negros três em cada quatro brasileiros que estão na faixa mais pobre que corresponde a 10% da população. A ideia do experimento é reconhecer traços desta segmentação em um determinado cenário de vivências e observações materiais. Escolhemos, então, o contexto da praia da Zona Sul do Rio de Janeiro em um período específico, um feriado – quando as pistas de tráfego de veículos na orla são bloqueadas durante o dia.

O experimento parte de uma afirmação, considerada como tabu do senso comum carioca, de que a praia no Rio de Janeiro é um espaço “democrático”. Vários analistas já se dedicaram a refletir sobre as nuances escondidas dentro dessa informação, demonstrando fatos que ratificam ou negam a sentença em diferentes perspectivas, embora sempre comprovando constituir uma proposição discursiva polêmica, apesar de muitas vezes “naturalizada”.

Quanto à orla da Zona Sul carioca, por exemplo, é verdade que o acesso à areia da praia é gratuito e livre – o que permite, por isso, a presença de qualquer grupo social. Apesar de livre, a areia é dividida em setores que abrigam grupos distintos, tais como *gays*, *hippies*, turistas, ou frequentadores provenientes de diferentes classes sociais. A organização desses setores não é rígida e nem se dá por nenhum mecanismo legal ou administrativo mas, sim, de forma orgânica por um conjunto de censuras e liberdades criadas processualmente, e que constroem ou atraem grupos distintos. A intenção do uso de determinada droga ou a possibilidade de demonstração de afeto não heteronormativo vão definindo aos poucos os setores da areia.

A praia é gratuita, no entanto o consumo de produtos é extremamente caro, sendo impeditivo para classes sociais mais baixas, o que gera alternativas de portabilidade dos próprios alimentos, outro fator de discriminação e constrangimento em alguns setores da areia. A maior parte da região no entorno da orla da Zona Sul é supervalorizada, o que privilegia grupos sociais; porém, há a presença das favelas que compartilham esses espaços geográficos colocando juntos diferentes estratos socioeconômicos. O transporte, hoje, facilita o acesso de algumas regiões à orla, mas ainda é precário para inúmeras outras. Enfim, uma miríade de questões torna uma simplificação esta caracterização da praia, de forma absoluta, como um espaço “democrático” – assim como também seria o caso da sua negação peremptória.

A orla da Zona Sul do Rio de Janeiro, hoje, além do espaço da areia, que permite determinadas formas de lazer, oferece também o calçadão para deslocamento entre postos de vigilância e para outras ações como conversar, comer, beber ou praticar atividades físicas. Há também a ciclovia e, ainda, nos domingos e feriados, incorpora-se uma das pistas de tráfego como área de lazer, onde surgem outros conjuntos de atividades e se expandem outras modalidades já presentes no calçadão. O foco deste experimento foram as atividades desenvolvidas nessas áreas fora da areia (calçadão, ciclovia e pista de tráfego de veículos).

De volta aos dados do IBGE, utiliza-se a questão racial como um recorte de observação, já que a discriminação racial e econômica tem fortes laços estatísticos e simbólicos. Com o



interesse na visibilidade da segmentação social e racial, em vez de dados estatísticos, entrevistas ou contagens, optamos pelo uso da pós-edição de vídeo como técnica útil à semiologia da realidade. Conforme defendido por Pasolini, os níveis de representação sobrepostos (realidade vivida, observada, representada, dentre outras possibilidades) são os meios para ler a realidade de uma forma mais multifacetada, a fim de dar conta de percepções inovadoras.

À última camada descrita pelo autor, a realidade reproduzida (pelo audiovisual), acrescentamos a **realidade pós-produzida** ou **pós-editada** que adiciona aos diversos recursos de edição, já existentes na etapa anterior, a possibilidade de efeitos videográficos bem mais potentes, alterando de forma gráfica e digital a imagem reproduzida. Acrescenta-se uma técnica de menor expressividade no contexto do autor, mesmo que presente desde o advento do cinema – porém, extremamente potencializada pelos recursos tecnológicos digitais. A gíria artística, que a semiologia da realidade aponta na edição, vai ser ainda mais clara na pós-edição digital de vídeo ou fotos, misturando-se ao potencial da realidade figurada.

Dessa forma, com atenção à caminhada típica da orla, simulamos a participação no evento (realidade vivida). Porém, ao nos deslocarmos pelo mesmo percurso dos passantes, sobrepomos, naturalmente, por conta da intenção da pesquisa, a experiência da realidade observada. Além dessa técnica de observação do campo (análise exploratória), usamos os recursos audiovisuais para registrar o evento com a finalidade de, em sua reprodução, ampliar a realidade observada com a realidade reproduzida.

Como havia um foco preciso – a segmentação racial, a pós-edição permitiu emergir dados assinalados por recursos gráficos animados, que expandiram ainda mais a pedagogia dessa experiência material. Por outro lado, o potencial de gíria artística da pós-edição tenta não retirar a força de denúncia de uma realidade observada, como seria o questionamento da veracidade das imagens. Para tanto, se vale de um plano-sequência sem cortes de edições – que deslegitimariam o verdadeiro objetivo do experimento: a percepção qualitativa de um dado quantitativo observável no tempo e no fluxo contínuo de uma caminhada.

Foram gravadas várias horas de caminhada simulando a visão subjetiva de um passante. Na edição, selecionou-se um minuto e, neste minuto, foram feitos dois efeitos de computação gráfica: a imagem foi desfocada para preservar a privacidade dos indivíduos gravados e colocou-se um círculo preto ou branco sobre os passantes para serem identificados, de maneira mais precisa, pedestres negros e brancos. O uso das esferas de sinalização pretas ou brancas obedeceu apenas ao fenótipo dos indivíduos conforme observado pelo vídeo – excluindo questões genóticas impossíveis de serem detectadas nesse contexto. Assim, optou-se por radicalizar a divisão em apenas duas cores, simulando uma primeira amostragem mais geral. Como havia movimentação dos indivíduos, a computação gráfica permitiu que esta sinalização acompanhasse o movimento dos pedestres.

Além de um dispositivo de análise para o pesquisador, o produto gravado e pós-editado serviu para a divulgação dos resultados e, ainda, para uma segunda observação: o potencial comunicacional dos achados depois da pós-edição. Nesta fase, uma montagem final foi

produzida para essa divulgação no campo, trazendo em texto algumas indicações sobre o experimento e os dados estatísticos do IBGE que nortearam a pesquisa – já se consolidando como uma pesquisa de intervenção, em que se modifica o contexto de observação do campo com a introdução de um objeto de impacto comunicacional.



Figura 2: Interferências de pós-edição no vídeo.

Depois de executada a etapa da pós-edição, foram geradas três versões das imagens em movimento: a) a imagem de fundo gravada sem os círculos de sinalização; b) o fundo gravado com os círculos animados acompanhando os indivíduos em seus movimentos e escala; e, por último, c) os círculos animados, mas sem o fundo – com um fundo neutro cinza –, para tornar mais evidentes diferentes níveis dessa realidade.



Figura 3: Três formas de apresentação do dado (fundo gravado sem os círculos, fundo com os círculos e os círculos sem o fundo).

A ordenação destes três tipos de imagem pós-editada também foi planejada para produzir diferentes leituras e estranhamentos na etapa de divulgação. Na sequência narrativa, primeiramente foram apresentadas as esferas gráficas em fundo cinza. Depois, ainda sobre esta edição, foram incluídos textos que explicam o que representa a diferença de cor das esferas – todavia, sem identificar a localidade nem o processo e, em seguida, mostrou-se a imagem de fundo com os círculos. Depois desta cena que identificava a localidade e os sujeitos, aparece o fundo gravado, agora sem os círculos de sinalização e com mais textos explicativos – o objetivo foi simular o contexto de observação sem interferências. Por último, voltamos aos movimentos dos círculos isolados sobre fundo neutro, mas já com todas as suas relações explicitadas anteriormente, convidando novamente a uma leitura mais gráfica, embora já impregnada de sentidos simbólicos configurando, assim, a seguinte ordenação dos tipos de pós-edição:



Fundo cinza + círculos > Fundo cinza + círculos + texto explicativo > Fundo real + círculos > Fundo real sem círculos + novos textos > Fundo cinza + círculos + créditos.

O processo de pós-edição foi realizado por meio do programa *Adobe After Effects* que, dentre outras funções, atua na área de *motion design* – ou seja, a aplicação de elementos típicos do design gráfico em um suporte audiovisual temporal. O programa permite a criação de formas com cores e, também, a animação destas formas. Delineou-se, então, a animação da posição de cada círculo seguindo o trajeto de cada indivíduo. A escala de cada círculo também foi animada de modo a gerar a ideia de profundidade para o espectador: quanto mais próximo o indivíduo situa-se da câmera, maior é o círculo. Além disto, a escolha de aplicar certa transparência aos círculos possibilitou uma maior integração destes elementos gráficos à gravação. Por conta da grande quantidade de pessoas e da profundidade de campo da câmera, marcou-se uma linha imaginária de distância da câmera para que as pessoas fossem marcadas com os círculos – simulando, de certa forma, a capacidade de identificação da cor da pele, que poderia se perder a uma distância muito grande.

O processo da animação foi realizado de forma não automática, ou seja, aplicando quadros-chave (*key frames*) durante certo trecho da filmagem, com duração de aproximadamente um minuto. Com a ideia da ampliação da duração dos efeitos de pós-edição, elabora-se a hipótese de um processo automático que, contudo, necessita de uma tecnologia mais sofisticada, que possibilite reconhecimento facial, por exemplo. O “borrado” da filmagem foi obtido através de um efeito de desfoque (*gaussian blur*), o que possibilitou a não identificação dos indivíduos. Para além disto, na pós-edição, foram inseridas a logomarca do laboratório de pesquisa e as legendas em português e inglês.

O resultado da pós-edição deixou visível materialmente que a enorme maioria nesta região é composta por brancos, o que abre uma questão importante na visão da praia como espaço integralmente democrático. Porém, além disso, o trecho editado apontou para outras questões. É possível ainda identificar que os poucos negros nesta área estão trabalhando e que outros ainda fazem um movimento perpendicular ao passeio na pista, o que indica a função de atravessar a pista para chegar à areia da praia, mas não a de circular por aquela zona. Isto nos fez, ainda, realizar outras tomadas nas ruas perpendiculares que dão acesso à orla e que provêm de estações de metrô ou de paradas de ônibus – indicando, assim, que o fluxo aí seria igualmente de negros.

O vídeo e sua linguagem pós-editada foi validado para divulgação em dois contextos iniciais bem distintos. Primeiramente, foi colocado um piloto em redes sociais por meio da página do laboratório de pesquisa para se observar alguns retornos sobre a leitura de suas informações tanto em nível local (cidade do Rio de Janeiro) quanto de forma mais ampla. Posteriormente, após alguns ajustes suscitados pela exposição do piloto, o vídeo foi apresentado em um encontro sobre inovação social de escolas de Design na América Latina pertencentes à Rede AUSJAL (*Asociación de Universidades Confiadas a La Campaña de Jesus en América Latina*).



O experimento consegue demonstrar que um processo de naturalização da realidade, como esta caminhada na orla, pode retirar o potencial crítico de percepção de certos aspectos, como a distinção racial descrita aqui. Certamente, contribui para este processo o excesso de elementos comunicacionais a serem lidos e o ciclo de leitura dado a esta experiência que, pela sua banalidade cotidiana, pode se ressentir de reflexões mais aprofundadas do passante.

O experimento, dessa forma, além de dar uma informação mais objetiva de que as vias da orla carioca nos feriados são ocupadas majoritariamente por indivíduos com fenótipos brancos, nos provoca, principalmente, a pensar nas falhas de nossa própria capacidade de visualizar isso cotidianamente – talvez o ponto principal para o conceito de sustentabilidade comunicacional.

A utilização dos próprios meios técnicos audiovisuais que geram a cultura midiaticizada com o excesso e ciclos descartáveis de leitura pode subverter este papel – mostrando que não há uma associação determinista entre recursos tecnológicos e a “poluição visual”. O que o recurso gera, neste uso, é a capacidade de comunicar visualmente outras leituras – e essas novas visões também denunciam a toxicidade de estímulos. O “muito” pode ser um dado legível neste artefato.

No âmbito da segunda fase da pesquisa, na sua leitura pela sociedade, a sequência narrativa escolhida na edição também propõe um estímulo a mais à desnaturalização do olhar. O fato de se iniciar com os círculos em movimento sem o fundo gera um suspense e uma primeira leitura mais óbvia da desproporção entre círculos brancos e pretos. Na primeira leitura, há uma análise quase gestaltiana das formas, embora sem dar a elas alguma conotação simbólica e política. Ainda nesta composição (realidade figurada), depois de um tempo, explica-se com o texto (realidade evocada) o que representa a diferença da cor dos círculos, mas sem identificar a localidade. Depois, é apresentada a edição dos círculos com o fundo real e aí se pode perceber tratar-se da orla de Copacabana (realidade reproduzida). A surpresa é crescente. Depois, dados estatísticos sobre o racismo no Brasil se misturam ao fundo sem os círculos, recuperando a experiência em sua circunstância mais realista e próxima da observação do cotidiano. No final, volta-se às esferas em fundo neutro, convidando a rever a proporção gráfica e mais direta – agora já tendo vivenciado as relações sociais que as originaram – aumentando a aproximação do *Ur-signo*.

Ou seja, a ordenação das diferentes interferências da pós-edição permite uma leitura particular e crescente, e uma perspectiva cíclica de releitura – o que pode constituir um primeiro instrumento particular de desintoxicação cultural e, portanto, de um uso mais sustentável da produção de sentidos.

Referências

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. Obras escolhidas, volume I. 8ª ed. Brasília: Editora Brasiliense, 2012.



CHOMSKY, Noam. *Mídia, propaganda política e manipulação*. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

GAMBA JR., Nilton G. *Design de histórias I – o trágico e o projetual no estudo da narrativa*. Rio de Janeiro: Editora Rio Books, 2013.

_____. *Sísifo, fetiche e linguagem – Pasolini e a pós-modernidade naturalizada*. Rio de Janeiro: Revista Teias [online]. 2013, n.31, v.14, pp.7-19.

JOBIM E SOUZA, Solange e GAMBA JR., Nilton G. *Novos suportes, antigos temores: tecnologia e confronto de gerações nas práticas de leitura e escrita*. Rio de Janeiro: Revista Brasileira de Educação [online]. 2002, n.21, pp.104-114.

LYOTARD, Jean-F. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Editora José Olympio, 1998.

MANZINI, Ezio. *Design para inovação social e sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2008.

PAPANEK, Victor. *Diseñar para El Mundo Real*, Madrid: H. Blume Ediciones, 2018.

PASOLINI, P. P. *Empirismo herege*. Lisboa: Editora Assírio e Alvim, 1981.

_____. *Os jovens infelizes*. Antologia dos ensaios corsários. São Paulo: Brasiliense, 1990.

SANTOS, Milton. *O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania*. São Paulo: Publifolha, 2002.

Nilton Gonçalves Gamba Junior

Coordenador do DHIS - Laboratório de Design de Histórias do Programa de Pós-graduação em Design do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio. Possui graduação em Desenho Industrial com habilitação em Programação Visual pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (1993), mestrado em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (1999) e doutorado em Psicologia (Psicologia Clínica) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2004). Atualmente é professor adjunto do Departamento de Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Tem experiência na área de Design, Artes e Psicologia, atuando principalmente nos seguintes temas: narrativa, mídia, pós-modernidade, tecnologias, artes performativas.
gambajunior@puc-rio.br

Pedro Faria Sarmento

Professor de conteúdo de edição de vídeo (PUC - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro), professor no Instituto Infnet (Ilustração Digital, Ilustração para Animação, Motion, Efeitos Visuais e Branding), Doutorando em Design (PUC-Rio) e Mestre em Design (PUC-Rio). Tem experiência na área de Design, com ênfase em Animação, Videografismo e Ilustração.
pedrofsarmento@gmail.com