

# INTENÇÃO E REAÇÃO NO JORNALISMO: UMA ABORDAGEM SOBRE O SENTIR<sup>11</sup>

Edinei Wassoaski<sup>12</sup>

## RESUMO

A partir do passeio ao longo da história dos sentidos que as autoras Claudine Haroche e Priscila Arantes propõem, vislumbra-se entender, ao menos em partes, como se dá o processo de sentir na contemporaneidade, quando as relações virtuais prevalecem sobre as demais. Desse modo, pretende-se analisar, partindo do conceito de reprodução de Stuart Hall, como os usuários do Facebook interpretam uma charge publicada no jornal Folha de S. Paulo.

**Palavras-chave:** Estética da comunicação. Sentir. Jornalismo. Facebook. Folha de S. Paulo.

---

<sup>11</sup>Trabalho final apresentado à disciplina Estética da Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. 2.º semestre de 2014.

<sup>12</sup>Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), docente dos cursos de Jornalismo e Publicidade do Centro Universitário de União da Vitória (UNIUV). É graduado em Jornalismo e especialista em Metodologia da Ação Docente. E-mail: prof.edinei@uniuv.edu.br



# INTENTION AND REACTION IN JOURNALISM: AN APPROACH TO FEELING

Edinei Wassoaski

## ABSTRACT

From the walk along the history of the senses that the authors Claudine Haroche and Priscila Arantes propose, we may understand, at least partly, what the process of feeling in contemporary times is like when virtual relationships take precedence over the others. In this sense, we intend to analyze, based on Stuart Hall's concept of reproduction, how Facebook users interpret a cartoon published in the newspaper Folha de S. Paulo.

**Keywords:** Communication aesthetics. Feel. Journalism. Facebook. Folha de S. Paulo.



## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos séculos a humanidade sentiu de diferentes maneiras os processos pelos quais passou. O tato, tão presente na Idade Média por meio dos encontros nas celebrações religiosas e teatrais e nos mercados a céu aberto, foi, ao lado da audição, o sentido mais importante. Na contemporaneidade, perde em importância para a visão. Nas telas dos tablets, smartphones e desktops, o ser humano vê o mundo passar. “Experimentamos hoje outras formas de sentir?”, questiona Haroche (2008, p.201).

O sentido da visão, aguçado com os dispositivos digitais móveis, transparece certo individualismo. Supõe, nas palavras de Haroche, “narcisismo, desengajamento e frieza” (2008, p.202). Se é certo que existe uma intrínseca relação entre estética e meios técnicos, “quais as características da estética na era das tecnologias informacionais?”, questiona Priscila Arantes (2007, p.2). A própria autora responde: “Vivemos em um mundo flutuante, em constante fluxo, como diria Heráclito” (citado por ARANTES, 2007, p.2).

Alinhando as abordagens do sentir de Arantes e Haroche com a teoria de codificação e decodificação de Stuart Hall (1980), o presente artigo pretende entender a que os usuários do Facebook reagem ao ver uma charge publicada no jornal Folha de S. Paulo no período eleitoral de 2014. Dessa forma, busca-se entender, ao menos em partes, como se dá o processo de sentir por meio do que se vê na internet.

## 2 O SENTIR AO LONGO DOS SÉCULOS

Em novembro de 2014, a imprensa descobriu que durante a campanha pelo primeiro turno das eleições presidenciais, a então candidata Marina Silva, do Partido Social Brasileiro (PSB), havia-se hospedado em São Paulo, em um apartamento no mesmo quarteirão do prédio onde morou o doleiro Alberto Yousseff, relacionado a denúncias de corrupção envolvendo, entre outros órgãos públicos, a Petrobras. O escândalo, batizado de ‘Petrolão’ pela mídia, surgiu justamente em meio ao primeiro turno da campanha presidencial.

No dia 19 de novembro, o jornal Folha de S. Paulo publicou uma charge na qual Marina rega uma planta da qual nascem folhas de dólares. Abaixo da ilustração está a nota que explica a descoberta do jornal. Se a ideia era fazer rir, não foi o que ocorreu com a assessoria da ex-senadora. Em carta enviada à redação do jornal, publicada no dia seguinte, seu assessor de comunicação, Nilson de Oliveira, diz que a charge “expressa uma leitura politicamente indevida e maldosa de fato que não passa de mera, infeliz e insignificante coincidência” (Folha de S. Paulo, 20/11/2014). Ainda na mesma carta, o assessor diz que a graça que o autor da charge tenta expressar se iguala “às mentiras propagadas pelo marketing selvagem dos adversários da ex-presidência durante a disputa eleitoral.”

Seria intenção do jornal estocar Marina? Foi piada de mau gosto? Ou foi a assessoria de imprensa de Marina que fez uma interpretação totalmente equivocada da charge? Para tentar interpretar essa ação e reação, cabe recuperarmos o conceito de codificação e decodificação de Stuart Hall (1980) que, aplicado à presente proposta, tenta entender como se dá esse processo de fabricação da notícia e recepção do leitor. Como elemento jornalístico, a charge é especialmente subjetiva por estar nas páginas de opinião da maioria dos jornais, como é o caso da Folha de S.Paulo.

O que nos interessa no presente artigo, no entanto, não é a interpretação da charge, mas os sentimentos que ela desperta no leitor. Para tanto, antes de entendermos o que pretende Hall ao definir o conceito de codificação e decodificação, é preciso que entendamos as maneiras de sentir, ao longo da história, alteradas, ou não, com a evolução da tecnologia, cada vez mais presente na vida das pessoas.

---

Sendo assim, recorreremos a duas autoras que se dedicam com propriedade a entender os sentimentos ao longo da história: Claudine Haroche e Priscila Arantes.

## 2.1 BREVE HISTÓRIA

Walter Benjamim (citado por HAROCHE, 2008, p.202) diz que a maneira como se opera a percepção – o meio pela qual ela se efetua – depende não apenas da natureza humana, mas, também, da história. Faz-se necessário entender o contexto no qual está localizada a situação, para poder interpretá-la de modo mais fidedigno. Para Haroche, no entanto, a percepção está em degradação. A autora fala em “declínio ou recuo das qualidades sensíveis”, de uma transformação ou, até, de uma destruição das formas elementares da percepção. Haroche questiona: “Num contexto de mudança permanente, a percepção ainda é possível?” (2008, p.203).

Nem sempre as mudanças foram tão constantes. No período clássico (entre os séculos V e IV) havia a busca da reprodução do belo, do real. A mimese, imitação do real, era quase uma obsessão. Nesse período, governantes e nobres tentavam se eternizar na história por meio de pinturas e estátuas que os retratavam. A elaboração desses quadros podia levar semanas.

Na Idade Média (século V ao XV) não houve muitas mudanças. Como frisa Arantes (2007, p.3), a ordem divina das coisas comandava. A racionalidade era reprimida pela Igreja Católica, que mandava para a fogueira quem ousasse questionar sua superioridade, como nos mostra a obra de Umberto Eco, *O Nome da Rosa*. “O tato, ao lado da audição, é o sentido mais importante” (HAROCHE, 2008, p.204). Explica-se: como as pessoas se encontravam com muito mais frequência e tinham o hábito de se cumprimentar por meio do abraço ou do aperto de mão, o sentido do tato se sobrepunha, ao lado da audição. As pessoas ouviam tanto que, a maioria, não ousava questionar o que lhes era dito, por medo ou despreocupação. A opinião, via de regra, cabia à Igreja.

No século XVIII, com o Iluminismo, há uma radical transformação do poder intelectual do homem. Em 1739, Hume apresenta um quadro geral dos modos de funcionamento elementares do mundo sensorial. Ele cita as impressões como mecanismo de percepção que compreende tanto as sensações e as paixões quanto as emoções e as ideias. “Uma impressão atinge primeiramente os sentidos. Dessa impressão, o espírito faz uma cópia que subsiste depois que a impressão cessou, e isso chamamos de ideia.” (2001, p.48). É importante lembrar que o Iluminismo foi um movimento cultural da elite intelectual europeia do século XVIII que procurou mobilizar o poder da razão, a fim de reformar a sociedade e o conhecimento herdado da tradição medieval (FALCON, 1994, p.21). O conceito de ideia, portanto, parecia algo novo.

Em 1890, surge o cinema. A imagem em movimento muda tudo. As salas de cinema lotam e o homem se maravilha com sua própria criação. “A obsessão pelo movimento e, portanto, por uma estética do tempo, ecoou por toda a Idade Moderna.” (ARANTES, 2007, p.4). A obsessão por aprisionar o tempo, imprimindo-a em películas, que teve a gênese no advento da fotografia, algumas décadas antes, enfim, se concretizava.

Para Pierre Janet (2008, p.280), o sentimento governa e regula as maneiras de ser e as condutas, razão pela qual, em 1929, ele dedicaria seu curso no Collège de France à evolução psicológica da personalidade no tempo e ao estudo dos sentimentos. Para Janet, as sensações e os movimentos são indissociáveis. Tem tudo a ver com o cinema: a imagem em movimento provocando sensações naqueles que iam ao cinema, para esquecer-se do mundo lá fora e sentir o que, talvez, só fosse despertado por meio das imagens em movimento.

---

Ainda de acordo com a concepção de Janet, haveria duas dimensões no psiquismo humano: automatismo e consciência. Enquanto a consciência é o pensar e agir de modo racional, o automatismo é a atenção distraída, é o perceber sem consciência. Janet considera a consciência, portanto, um princípio organizador que supõe uma parte do ser humano (HAROCHE, 2008, p.205). Para ele, sem consciência, não há sentimento. “Os sentimentos puseram ordem nas condutas e fizeram a humanidade progredir” (JANET, 2008, p.285).

Janet, no entanto, nos faz um alerta: quanto mais o homem se torna inteligente, mais se perdem os sentimentos. A inteligência artificial está aí para corroborar as ideias do pensador francês. A introdução da informática no cotidiano do cidadão comum, fenômeno que começou nos anos 1960, cria novas formas de arte. McLuhan (citado por ARANTES, 2007, p.7) assinala a passagem da estética da forma da filosofia da arte para a filosofia da mídia. Os problemas da estética são pensados em relação aos meios de comunicação.

Christopher Lasch (1983, p.231) endossa o que disse Janet décadas antes a respeito do declínio dos sentimentos, causado pelo narcisismo no individualismo contemporâneo.

Em outros termos, nas sociedades contemporâneas, a sensação contínua e o movimento permanente transformaram os modos de funcionamento sensoriais: estimularam o desinteresse, o descompromisso, o desengajamento, bem como afastaram as ideias de limite e consciência, e a própria noção do eu (HAROCHE, 2008, p.207).

O papel do movimento para o pensamento, como propôs Hume, modificou-se: hoje o ser humano pode viajar por diferentes universos sem sair da sala de casa. Em 2014, o Óculus Rift causou sensação em todo o mundo, por exibir imagens que permitem que o usuário possa viajar por diversas partes do mundo em fração de segundos. . O “teletransportador” leva os usuários a uma turnê por lugares cobiçados, como Havaí e Londres. “A criação das imagens projetadas nos olhos dos participantes envolveu o mesmo estúdio do filme ‘Gravidade’ (2013), que ganhou o último Oscar de efeitos visuais.”<sup>13</sup> Em imagens aéreas, chegou-se a criar um protótipo de asas, a fim de dar sensação ainda mais realista ao usuário do simulador.

Já nos anos 1970, há várias tentativas de se entender como os sentimentos e os sentidos se alinham às novas formas de se comunicar. Uma experiência durante a XII Bienal Internacional de São Paulo obteve espaço em jornais de São Paulo e do Rio de Janeiro para o público desenhar e escrever o que bem entendesse. Esses textos foram exibidos na Bienal. “Outra ação consistiu em colocar telefones à disposição do público e amplificar o que era dito no local da exposição” (ARANTES, 2007, p.8).

Era o princípio de uma dita ‘estética da comunicação’ no Brasil, o que se estabeleceu de fato nos anos 1980, com Mário Costa e Fred Forest. “A Estética da Comunicação considera a comunicação não somente como um dispositivo de criação, como uma mídia a ser utilizada para construir redes de diálogo intersubjetivos, mas, antes, como meio pelo qual a nossa própria realidade é forjada.” (ARANTES, 2007, p.8). Percebe-se aí a importância de se firmar e explorar essa disciplina fundamental para entendermos como se dão os fenômenos comunicacionais em uma contemporaneidade complexificada e, ao mesmo tempo, simplificada por dispositivos cada vez mais compactados.

---

<sup>13</sup>Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/-noticia/2014/10/teletransporte-virtual-oculos-permite-usuario-viajar-sem-sair-do-lugar.html>>. Acesso em: 6 dez. 2014.

## 2.2 NOVAS FORMAS DE SENTIR

Com o surgimento da internet nos anos 1990, a comunicação se transforma e aparecem novas formas de se pensar a estética. Não há como dissociá-la da tecnologia. Cláudia Gianetti, a partir de Peter Weibel (citado por ARANTES, 2007, p.5), desenvolve o conceito de endoestética. Para ela, a relação estética com as mídias digitais não deve se centrar no objeto e na forma acabada, mas, sim, no contexto e as situações relacionais. Esse devir constante marcado por uma enxurrada de informações com as quais nos deparamos a todo o momento muda e transforma não somente a comunicação, mas o próprio modo como nos relacionamos. O termo “fluxos de informação”, usado por Arantes (2007, p. 9), seria o mais adequado para tentarmos entender essa profusão de informações que, cada vez mais constantes, não conseguem nos direcionar ao que exatamente se pretende com isso. Em um mundo de fluxos, as certezas, como diz Bauman, parecem cair por terra, “instalando um realidade flutuante em que nada parece ser sólido” (ARANTES, 2007, p.9).

Nas palavras de Haroche (2007, p.210), amparada em Bauman e Melman, sentir equivale a experimentar apenas sensações efêmeras e, ao mesmo tempo, contínuas. Para Arantes, “a hibridização entre espaços físicos e virtuais embaralha o longe e o perto, o dentro e o fora, o natural e o artificial” (2007, p. 8). Exemplo adequado são os aplicativos de encontros desenvolvidos para smartphones. Ao acessá-los se tem à disposição um mosaico de possibilidades.

São, em geral, corpos malhados, rostos filtrados pelo Instagram e posições estratégicas para favorecer algum atributo físico específico. As conversas são rápidas, afinal, a oferta é grande e, diante dela, é preciso ser ágil. Se a conversa não rendeu aqui, adiante há outra pessoa que pode ser a mulher ou o homem dos seus sonhos. Com critérios de proximidade – a prioridade é listar quem está mais próximo – as ofertas de sexo casual imperam. Há, também, quem procure por um relacionamento sério.

Matheus\* busca de tudo no aplicativo, porém ele conta que seu objetivo principal é encontrar parceiros para o sexo casual. “Ah, meu filho. Eu procuro fast-f\*da [sexo sem compromisso], namoro, casamento, tudo, mas eu tenho o pensamento que ali é pra encontro/sexo. Namoro eu encontro em outro lugar”, explica (EDUARDO; CERQUEIRA, 2014).

Os aplicativos são ilustrativos porque, talvez, traduzam melhor a contemporaneidade estigmatizada pela tecnologia. Aliás, a tecnologia parece ter mudado as relações humanas no que elas têm de mais primitivo: a necessidade de o ser humano se relacionar sentimentalmente. “São os comportamentos que induzem os sentimentos, ou seja, a emergência do sentimento moderno de desorientação se vincula aos modos de existência das grandes cidades, estendidos por ele à vida moderna em seu conjunto” (HAROCHE, 2008, p.208).

O homem moderno, ou a alma moderna, tem sempre a impressão de uma tensa melancolia, uma insatisfação secreta, um sentimento de urgência que nasce do frenesi da vida moderna. “Isso nos leva a buscar uma satisfação passageira, momentânea, estímulos sempre novos, sensações e atividades exteriores” (SIMMEL citado por HAROCHE, 2008, p.208). Quem se dispõe a conhecer alguém por meio de aplicativos de encontros, parece buscar um complemento à relação diária que tem com a tecnologia. É, talvez, a tradução mais evidente da fusão entre tecnologia e sentimento. O ser humano não é impassível – sente de amor a ódio, de atração sexual a simpatia etc. – ao que vê nos aplicativos.

Quando encontra alguém que conheceu por meio do aplicativo, funde o mundo virtual com sua realidade, o que o confunde e o contradiz. A pessoa que se apresentou no aplicativo é a mesma que

se apresenta pessoalmente? Os filtros do Instagram acompanham a imagem real? A pessoa que teclou se parece com a pessoa que fala? “A cultura que antes reprimia agora pede que a satisfação seja rápida. As experiências, inclusive as íntimas, são compartilhadas nas redes sociais, os encontros dispersos criam instabilidade afetiva, a hiperestimulação gera angústias, compulsões, depressões” (Jornal O Globo, 2014, p.6).

A incompatibilidade entre esse mundo virtual e a realidade leva o usuário a uma eterna busca pela pessoa perfeita, aquela tantas vezes exposta no aplicativo, talvez jamais encontrada na realidade. Como a oferta é grande e sempre haverá alguém disposto a um encontro casual, com perspectivas futuras, a busca pode jamais terminar.

### 2.3 O SENTIR E A MÍDIA

Talvez menos passional, a relação que o ser humano tem com os meios de comunicação é capaz de despertar todo tipo de sentimento. Aqui convém abordarmos a teoria de codificação e decodificação, de Stuart Hall. Durante o período eleitoral de 2014, no Brasil, todo tipo de sentimento por parte dos eleitores ficou ainda mais evidenciado por causa das redes sociais, mais especificamente, por causa do Facebook, que se tornou uma verdadeira arena, em que forças pró e contra determinado candidato se enfrentaram diariamente, tendo como combustível o que se publicava na imprensa.

Os jornais impressos, cujas notícias foram reproduzidas no Facebook por meio de links de seus respectivos sites, tiveram papel importante como combustível para estimular o debate, ou, em uma perspectiva menos salutar, para fomentar brigas, nas quais nem sempre o bom senso imperou. “No momento em que um evento histórico é posto sob o signo do discurso, ele é sujeito a toda complexidade das ‘regras’ formais pelas quais a linguagem significa.” (HALL, 1980, p.388).

Aparentemente contaminado por paixões ideológicas, o que se postou no Facebook relacionado ao processo eleitoral revela o quanto podem ser contraditórios os sentimentos despertados a partir de uma manchete, foto ou texto publicado em um jornal de grande circulação, como é o caso da Folha de S. Paulo. É aí que a teoria de Hall tem grande importância no sentido de entendermos como se dá esse processo. “Isso inicia outro momento diferenciado, no qual as regras formais do discurso e da linguagem estão em dominância.” (HALL, 1980, p.388). Para o discurso fazer sentido ao leitor, é preciso que signifique algo que o toque de alguma maneira. “É esse conjunto de significados que decodificados ‘tem um efeito’, influencia, entretém, instrui ou persuade, com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas”, diz Hall (1980, p.390).

A intenção com que o meio de comunicação produz (codifica) a informação, na maioria das vezes, difere da forma como o leitor a interpreta (decodificação). É por meio da decodificação, que implica toda a bagagem cultural do leitor e as circunstâncias sociais nas quais ele está inserido, que ele interpreta o que lê. Essa leitura pode ser diferente, no caso de um doutor em Comunicação e Linguagens e um bioquímico, por exemplo. A bagagem cultural diferenciada que ambos carregam pode ser determinante na interpretação. Há, ainda, no caso em questão, o nível de inserção do leitor no processo eleitoral e, claro, sua possível tendência político-partidária. Sobre isso, escreve Charaudeau (2013, p.143):

As mídias sabem que se dirigem a um público que não é homogêneo, que pode ignorar alguns desses domínios, ou que, mesmo tendo conhecimento deles, não tenha a prática. Sendo assim, procedem uma racionalização, de tal maneira que o público se habitua a recortar o mundo social como as mídias o fazem.

Os domínios a que Charaudeau se refere refletem a maneira pela qual cada grupo social representa o conjunto de atividades realizadas por seus membros. Cada grupo social, na perspectiva do autor, instaura práticas sociais efetivas e cria representações para si mesmo. A mídia, por sua vez, trata de reforçar essa imagem. Seria dessa forma que os jornais, por exemplo, dialogam com seu vasto público, tentando unificar um discurso facilmente reconhecível por todos.

Embora pareça contraditória a relação entre as ideias de Hall e Charaudeau, elas se complementam. Charaudeau não nega a complexidade da decodificação, mas tampouco exclui o senso comum, cada vez mais presente nas redes sociais, em que uma interpretação, por mais deturpada que possa ser, encontra eco nas curtidas e compartilhamentos do Facebook, por exemplo.

### 3 A CHARGE DE MARINA SILVA NA FOLHA E SUA REPRODUÇÃO NO FACEBOOK

Partindo das ideias e conceitos discutidos anteriormente, propomos a seguinte experiência. Reproduzimos no Facebook a charge na qual Marina Silva aparece regando uma planta enquanto outra planta, essa de ‘folhas de dólares’, invade sua janela. A charge foi publicada na coluna Painel do jornal Folha de S. Paulo. A partir da imagem, questionamos os usuários da rede social: “Como você se sente em relação à charge abaixo?”

Figura 1 - Charge publicada na coluna Painel do jornal Folha de S. Paulo de 19 nov 14



**CEP** Durante as eleições, a presidenciável Marina Silva (PSB) ficou hospedada em São Paulo em um apartamento no mesmo quarteirão do prédio onde morou o doleiro Alberto Youssef, segundo endereço informado à PF.

Fonte: Folha de S. Paulo, de 19 de novembro de 2014.

Demos cinco opções de respostas:

- 1) Como simpatizo com Marina, sinto repúdio e lamento o fato de o jornal tentar ligá-la ao criminoso.
- 2) Como não simpatizo com Marina, sinto vontade de rir.
- 3) Independente do que sinto por Marina, sinto repúdio e lamento o fato de o jornal tentar ligá-la ao criminoso.
- 4) Independente do que sinto por Marina, sinto vontade de rir.
- 5) Outro sentimento. Descreva-o, por favor.

Sessenta e seis pessoas responderam à provocação, conforme a tabela abaixo:

Tabela 1 – Respostas às provocações

RESPOSTA	TOTAL DE USUÁRIOS
1	4
2	0
3	31
4	24
5	7

Fonte: o autor (2015).

As respostas, na maioria, oscilaram entre ‘Independente do que sinto por Marina, sinto repúdio e lamento o fato de o jornal tentar ligá-la ao criminoso’ (31) e ‘Independente do que sinto por Marina, sinto vontade de rir’ (24). São sentimentos contraditórios que demonstram o quanto a reprodução do que a imprensa publica segue caminhos diferentes. A maioria optou pela resposta que contraria a intenção do jornal, enquanto logo em seguida, em segundo lugar, fica a resposta que (talvez) corresponda à intenção do jornal – brincar com o fato de Marina Silva ter-se avizinjado ao doleiro durante a campanha.

Curiosamente, apenas quatro pessoas assumem simpatia por Marina, o que os leva a se sentirem ofendidos pela charge. Nenhum dos respondentes apontou antipatizar com a ex-candidata, segundo a pesquisa. Há, aí, parece-nos, um mascaramento de intenções. Quando o usuário do Facebook diz que independente do que sente por Marina, repudia o jornal, não está afirmando que gosta ou desgosta da ex-candidata. Como forma de legitimar sua opinião em um país em que a imprensa se esforça para demonstrar imparcialidade – mesmo parecendo evidente que comunga de interesses político-partidários –, o usuário firma sua opinião, negando-se a assumir simpatia ou antipatia pela ex-candidata. Dessa forma, parece querer dar mais credibilidade a sua opinião.

Há, ainda, sete respostas descritivas. “Lamentável o sensacionalismo para se criar uma notícia. Ficar no mesmo quarteirão ou no quarto ao lado não associa ninguém a outra pessoa. Jornalismo sem credibilidade ou preocupação em apurar os fatos”, diz uma usuária da rede social. “Independente de quem seja, precisa ter respeito. A primeira impressão é muito forte. Se não é baseado em fatos, mas em suposições, uma simples charge pode afetar a credibilidade”, diz outra usuária. “Não acho que o jornal tentou ligar Marina ao doleiro. Apenas trouxe uma informação desnecessária”, diz outra.

Dos sete comentários, dois assumem posicionamento com relação à Marina. “Independente do que sinto por Marina, tenho vontade de rir da forma com que o veículo usa a informação para manipular a opinião pública em favor ou desfavor de fulano ou beltrano” e “Não simpatizo com a Marina, não sinto vontade de rir e pra mim é falta de assunto”.

Analisada atentamente, como comenta um dos optantes pela resposta 5, “a charge sugere que ele (o doleiro) pode tentá-la. Repare que a árvore de dinheiro não está sendo regada por ela, que se mostra surpresa com o que vem da vizinhança. A suposta ligação seria mais direta se a planta dela é que fosse de dinheiro”.

De fato, essa observação nos parece esclarecer a intenção do jornal, que seria brincar com o fato de a ex-candidata ter-se hospedado em um apartamento próximo do escritório do ex-doleiro, surpreendida ao tomar conhecimento do fato, na brincadeira proposta pela charge, quando a ‘planta de dinheiro’ chega a sua janela, justamente no momento em que ela regava sua planta. Há, no entanto, a ideia de ‘tentação’, o que nos remete à serpente que oferece a maçã a Adão e Eva no paraíso descrito na Bíblia.

Marina é conhecida por sua defesa do meio ambiente, o que pode ter dado a deixa para o chargista. Querer que o sentimento despertado no leitor seja o riso, no entanto, suscita toda a complexa teoria de Hall, entremeada pela modernidade, quando o impresso se torna digital e o digital se espalha como rastilho de pólvora, suscitando as mais diversas opiniões, tornando incontrolável e imprevisível a reprodução.

Caso emblemático ocorreu em 2012, quando a revista satírica francesa Charlie Hebdo publicou charges ironizando a imagem de Maomé.

Depois da publicação por parte da Charlie Hebdo de charges representando o profeta Maomé, o site do jornal foi bloqueado depois de ter sido alvo da ação de hackers, segundo seu diretor. A França decidiu reforçar a segurança em suas representações no exterior e fechar suas embaixadas e escolas em cerca de vinte países muçulmanos (Jornal O Globo, 2014).

Houve uma profusão de protestos no mundo árabe, acirrando ainda mais a rivalidade Ocidente-Oriente. Assim como no caso da charge de Marina Silva, publicada na Folha de S. Paulo, cabe questionar se teria sido a intenção da revista francesa fazer apenas rir. A resposta, parece certo, seria influenciada pelo posicionamento religioso do inquirido. Um ocidental cristão não responderia com a mesma convicção de um muçulmano. Assim como um partidário de Marina não responderia com o mesmo despreendimento de um eleitor de Aécio Neves ou Dilma Rousseff, rivais de Marina na disputa pela Presidência da República.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise proposta demonstra o quão complexos são os caminhos da codificação e decodificação. Essa complexidade se amplifica e se ramifica, especialmente no caso dos meios de comunicação, quando a tecnologia permite a reprodução imediata de tudo que se publica. A transposição do material impresso (origem da imprensa) para a internet, feita pelos próprios veículos, facilita e, de certa forma, democratiza o acesso ao material que, na contemporaneidade, raramente deixa de encontrar eco nas redes sociais. Foi assim com a charge analisada por meio dos sentimentos que despertou a partir da reprodução no Facebook.

Ao se posicionar a respeito, os usuários da rede social não só apresentam opiniões diversas, como deixam claro que, quando instados a opinar, dificilmente ficam impassíveis diante do que a mídia lhes informa. A superficialidade das redes sociais pode despertar a ausência de reflexão, até por ser, para muitos, um momento de distração, quando rolam a barra do navegador, a fim de visualizar as postagens dos amigos que, invariavelmente, são vídeos e imagens de humor e fotos de reuniões com amigos e família. Mesmo quando opinam sobre o que lhes faz sentir visualizar a charge proposta como estudo no presente artigo, esquecem-se rapidamente da imagem, já que há tantas outras a olhar, analisar e, eventualmente, opinar. O sentimento, neste caso, é facilmente descartado, incapaz de suscitar reações que ultrapassem o mundo virtual. É aí que percebemos o rompimento constante que vivemos com as formas de sentir. Já não é mais possível defini-los. O sentir flui constantemente, os sentimentos são cada vez mais efêmeros, caracterizando uma contemporaneidade sem parâmetros e, ao mesmo tempo, de sentir constante, cuja intensidade varia e se desloca no ritmo do fluxo ininterrupto de informações por tão rica variedade de meios.

Tocqueville considerou a desatenção o maior vício da democracia. Nesses termos, frisa Ravaisson (citado por HAROCHE, 2008, p.221), a contínua excitação sensorial diminui a sensibilidade. É

---

dessa forma, portanto, que assistimos, impassíveis, a crianças morrendo na África, pessoas exterminadas em massa na Síria e mulheres sendo estupradas em ônibus na Índia, sem falar na corrupção galopante na política brasileira. O exercício do pensamento é difícil, e mesmo impossível, quando não há duração, profundidade, ou quando os limites se tornam tênues (HAROCHE, 2008, p.224). Sessenta e cinco por cento das respostas à postagem da charge de Marina no Facebook vieram em menos de dois minutos. Rapidez com a qual essas mesmas pessoas devem ter trocado de assunto na sua linha do tempo.

As mídias são produtos fins em si mesmas. Na ânsia de produzir cada vez mais e superar a concorrência que já não é mais outra empresa, mas o mundo digital, as mídias oferecem uma profusão de conteúdos tão frenética que provocam uma overdose que nos parece cada vez mais encontrar dificuldade em despertar reação. “Tudo passa, nada existe” (BERGSON citado por HAROCHE, 2008, p.224). Cada vez mais se faz necessário, como defende Senett (citado por HAROCHE, 2008, p.225) uma ancoragem mental e emocional.

Estamos perdidos no tempo, à mercê de uma mídia que, ao não ter claro nem mesmo o seu futuro, joga na sociedade uma profusão nunca antes vista de informações, sem sequer saber responder qual o objetivo disso. A questionada relevância da charge analisada exemplifica isso. O público, por sua vez, mostra-se incapaz de reagir a tudo e, quando reage, o faz de forma superficial e passageira. O sentimento perdura somente até a próxima postagem.

## 5 REFERÊNCIAS

ALVES, P. **Teletransporte virtual**: óculos permite usuário viajar sem sair do lugar. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/-noticia/2014/10/teletransporte-virtual-oculos-permite-usuario-viajar-sem-sair-do-lugar.html>>. Acesso em: 6 dez. 2014.

ARANTES, P. **Tudo que é sólido, derrete**: da estética da forma à estética do fluxo. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 16, 2007. Curitiba (PR).

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

EDUARDO, C.; CERQUEIRA, É. **Aplicativos para paquera virtual fazem sucesso na rede**. Disponível em: <<http://impressaodigital126.com.br/?p=19736>>. Acesso em: 6 dez. 2014.

FALCON, F. J. C. **Illuminismo**. São Paulo: Ática, 1994.

HALL, S. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte (MG): Editora UFMG, 2003.

HAROCHE, C. **A condição sensível**: formas e maneiras de sentir no Ocidente. Rio de Janeiro (RJ): Contracapa, 2008.

HUME, D. **Tratado da Natureza Humana**. 2.ed. São Paulo: Unesp, 2001.

JANET, P. O automatismo psicológico: ensaio de psicologia experimental sobre as formas inferiores da atividade humana. **Rev. latinoam. psicopatol. fundam.** [online]. 2008, vol.11, n.2. ISSN 1415-4714.

JORNAL O GLOBO. **Charges sobre Maomé ‘jogam lenha na fogueira’, diz jornal do Vaticano.** AFP. Disponível em: <<http://g1.globo.com/revolta-arabe/noticia/2012/09/charges-sobre-maome-jogam-lenha-na-fogueira-diz-jornal-do-vaticano.html>>. Acesso em: 13 dez 2014.

JORNAL O GLOBO. **Na cama com Freud.** Caderno Ela, 9 ago 14, p. 6.

LASCH, C. **A cultura do narcisismo.** Rio de Janeiro: Imago, 1983.

---