

Práticas de Representação: uma Cartografia de Experimentações na Cultura Midiática

Nilton Faria de Carvalho

Resumo:

Os sentidos produzidos nas representações midiáticas atravessam os territórios simbólicos e imaginários. No cenário atual, de autoritarismos, precariedade do trabalho e pós-verdade, é preciso retomar práticas mais plurais e a representação midiática é arena importante. Busca-se neste texto uma reconfiguração de perspectivas representacionais capaz de dar respostas ao nosso tempo. Pensando a cultura das mídias como semiosfera (LOTMAN, 1996), *locus* de semioses diversas, a base conceitual e teórica parte de Stuart Hall (2003) e seu entendimento sobre as práticas de representação nas mídias para, em seguida, propor o deslocamento de grandes pressupostos rumo à um ato de pensar criativo frente aos signos (DELEUZE, 2006) e propõe experimentos de linguagem, nos termos de Giorgio Agamben (2017), para reposicionar a representação em novas bases éticas e políticas. Pelo método cartográfico aplicado à comunicação, este trabalho identifica um *corpus* inicial que passa por dois eixos: jornalismo e cultura pop.

Palavras-chave: Cultura Midiática. Representação. Semiose.

Representation Practices: a Cartography of Experimentations in Media Culture

Abstract:

The meanings produced in media representations traverse symbolic and imaginary territories. In the current scenario of authoritarianism, job insecurity and post-truth, it is necessary to retake more plural practices and media representation is an important arena. This article seeks a reconfiguration of representational perspectives capable of giving answers to our time. Thinking of media culture as a semiosphere (LOTMAN, 1996), a *locus* of diverse semioses, the conceptual and theoretical basis parts from Stuart Hall (2003) and his understanding of the practices of representation in the media to propose a dislocation of large assumptions towards a creative thinking about signs (DELEUZE, 2006) and language experiments, on the Giorgio Agamben (2017) terms, to reposition representation on new ethical and political bases. With the cartographic method applied to communication, this work identifies an initial *corpus* that goes through two factors: journalism and pop culture.

Keywords: Media Culture. Representation. Semiosis.

Recebido em: 29.07.22
Aprovado em: 20.07.23

Nilton Faria de Carvalho

Doutor em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). Professor substituto no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

E-mail: niltonfar.carvalho@gmail.com

Estudos em Jornalismo e Mídia
v. 20, n. 1, mar./jul. 2023.
ISSNe 1984-6924

Introdução

A produção das representações nos grandes meios de comunicação parece recorrer, sempre que possível, a marcadores de imaginários nacionais que desde muito tempo tem configurado a hierarquização social e o antagonismo classista, identificado nos estudos de Darcy Ribeiro (1995), de herança colonial e autoritária, entre ditaduras e tutelas de elites globais. Embora seja possível identificar lampejos mais plurais, seja no jornalismo ou nos produtos de entretenimento e cultura pop, trata-se de um cenário desigual. É evidente, contudo, que tal engrenagem não se coloca como força totalizante. Para Renato Ortiz (1986), é preciso separar a vivência popular que configura boa parte da memória coletiva da manutenção de uma memória nacional, estabelecida nas tentativas de forjar marcadores de tradição fundante.

É impossível esgotar neste texto os paradigmas que operam nas semioses da produção das grandes representações midiáticas, mas será preciso recorrer a alguns deles para que se possa, num segundo momento, propor uma saída teórico-prática experimental, que diz respeito também a outra *episteme* para a cultura midiática enquanto fenômeno comunicacional. Para tanto, os exemplos irão passar pelo jornalismo, pelo entretenimento e pela cultura pop — frentes que articulam considerável capital simbólico acerca de nosso espaço enquanto estado-nação e sobre o tempo em que vivemos. Os apontamentos iniciais destacam as grandes representações midiáticas presentes em coberturas jornalísticas, telenovelas e gêneros musicais massivos como o sertanejo. Cada qual à sua maneira, essas produções reverberam no imaginário nacional e na engrenagem simbólica a partir da qual se lê e se entende o país, seja pela objetividade e neutralidade jornalísticas, por dramaturgias que romantizam elites nacionais ou pela visibilidade de gêneros massivos que ofuscam a diversidade da música popular. São regimes de representação. O cenário pós-massivo de redes digitais e plataformização, contudo, irá colocar novos problemas ao ampliar os fenômenos de mídia, ao menos, do último século para cá. Trata-se de um fluxo comunicacional em processo, que diz respeito à nossa formação histórica.

A abordagem teórica começa com contribuições de Stuart Hall (2016) e sua preocupação com a representação, notadamente sua dimensão midiática. Para o autor, é por meio da linguagem que “pensamentos, ideias e sentimentos são representados numa cultura” (HALL, 2016, p. 18). As linguagens que compreendemos nos multimeios midiáticos, portanto, possuem papel fundamental na produção das grandes representações, pois indicam noções que ajudam a ler o Brasil e o mundo. Mesmo num contexto de digitalização, as grandes empresas de mídia seguem com poder de construção narrativa. É preciso, ainda, considerar que fenômenos como *fake news* e pós-verdade, que abastecem novos regimes de visibilidade, muitas vezes, partem (em termos de conteúdo) de um campo representacional já consolidado tanto nos meios tradicionais como no âmbito do imaginário nacional — de desiguais e velhas hierarquias sociais. Todos esses elementos coincidem com o atual espaço comunicacional de redes e algoritmos, um ponto de contato capaz de aproximar novas e velhas mídias, movimentos reacionários, neoliberalismos e resistências. Para compreender essas tensões, o conceito de semiosfera, com base nos escritos de Iuri Lotman (1996), ajuda a observar que a cultura midiática operante em tempos de plataformas é o espaço comunicacional de embates narrativos e de representação. Por essa perspectiva conceitual, é possível identificar núcleos semióticos dominantes e regiões periféricas, cujas semioses podem indicar outros modelos de representação e de produção de sentidos. É como se o mesmo sistema tecnológico que sustenta práticas neoliberais (e até reacionárias) também possa ser ocupado por *multiplicidades* e *resistências* — notadamente nas regiões fronteiriças e periféricas.

As grandes representações da cultura midiática serão discutidas em uma segunda frente teórica, apoiada em Gilles Deleuze (2018) e no confronto do autor com a imagem moral que busca reconhecer essências para estabelecer as representações do pensamento. O autor enfrenta tal concepção sobretudo em *Proust e os signos*, quando identifica na obra de Marcel Proust um ato criador que parte de uma nova relação com os signos — neste caso, no processo de rememoração trabalhado por Proust, em que o protagonista é convidado pelos signos a repensar (pelo ato de recordar). Trata-se de um pensamento criador. Tal conceito, aplicado à cultura das mídias, indica a possibilidade de reconstituir narrativas a partir de novos parâmetros éticos que ajudem a reposicionar grandes eixos representacionais. E, por fim, este estudo busca reflexões no desafio proposto por Giorgio Agamben (2018), no encontro da filosofia com a linguagem. Agamben sugere um pensamento produzido fora do jogo das representações dominantes, fundadas em um nó epistêmico de *real, simbólico e imaginário*, para propor um experimento radical da linguagem — um limiar onde o pensamento se abre sem objeto (AGAMBEN, 2016). Uma vez que as narrativas dominantes da chamada grande mídia retomam e remodelam marcadores de categorizações imaginadas pelo senso comum (seja na construção do ódio à política, nas categorias que criam polarizações assimétricas, na aderência aos paradigmas financistas, na defesa de uma agenda neoliberal etc.), é na busca de uma virtualidade possível que as linguagens da cultura midiática devem se arriscar enquanto experimento comunicacional (AGAMBEN, 2018). São diferentes perspectivas para compreender modalidades alternativas de práticas de representação na cultura das mídias.

O *corpus* selecionado aqui indica um começo de trabalho cartográfico. Tal método possibilita identificar uma transversalidade nos eixos midiáticos escolhidos — jornalismo e cultura pop — quando neles se manifestam arranjos narrativos que (re)povoam as subjetividades nos processos de comunicação. A ideia é traçar o caminho para um mapa midiático de diferenças — ativismos, coletivos, artistas etc. O modelo citado se aproxima do conceito de multiplicidades na obra de Deleuze e Guattari (2000), que permite “alcançar as diversidades que compõem o trajeto da investigação, como: o minoritário, o menos visível, as variações de intensidades e de amplitudes, os resíduos, o entre” (ROSÁRIO, 2016, p. 188). Trata-se de observar em objetos de diferentes matrizes midiáticas algo em comum, uma vez que esses exemplos trazidos aqui operam como foco de disseminação de diferenças frente aos regimes de representação mais recorrentes. Mas antes, é preciso fazer alguns apontamentos sobre as grandes narrativas da cultura das mídias, seus núcleos semióticos, para melhor compreender a engrenagem midiática de produção de representações dominantes.

Regimes de representação na cultura midiática

Longe de afirmar que haveria um consenso narrativo e uma ideologia homogeneizante capazes de unificar discursos e enquadramentos, é possível apontar arranjos representacionais, na chamada grande imprensa, revestidos de conexões narrativas que constroem imagens. Esses marcadores narrativos ecoam nos imaginários, identidades e lembranças acerca do país. Um caso exemplar é a reforma trabalhista (Lei 13.467/2017), encaminhada pelo então presidente Michel Temer — que começou a tramitar na Câmara dos Deputados em dezembro de 2016. Na ocasião, a ideia de modernização ganhou simpatia¹ dos principais veículos da grande imprensa, apoio observado inclusive em outras reformas², cujo pressuposto moral de ampliação de postos de trabalho fora conduzido como “ponte para o futuro”, que ao reverberar acriticamente nos grandes meios ganhou legitimidade. O que é moderno tende a uma representação positiva, o capitalismo tardio é eficaz em revestir seus conteúdos de conceitos como “moderno” e “novidade”. Não apenas isso, muitas das políticas que buscavam a pro-

¹ Um levantamento do coletivo Repórter Brasil mostra o apoio midiático em gráficos. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2017/06/reforma-trabalhista-maior-parte-da-midia-nao-aborda-o-impacto-negativo-das-mudancas/>. Acesso em 1 fev. 2022.

² Outro estudo, elaborado também pelo Repórter Brasil, mostra a adesão de veículos como Folha, TV Globo, Rede Record, Estadão à defesa da reforma da Previdência. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2017/04/midia-ignora-criticas-a-reforma-da-previdencia/>. Acesso em 1 fev. 2022.

dução de uma identidade nacional recorreram, inúmeras vezes, ao aspecto modernizante, seja para harmonizar desigualdades históricas como na busca por um processo de integração nacional (ORTIZ, 2013). No embrulho representacional das reformas recentes há um retorno às velhas hierarquias sociais, somado à precarização da plataforma do trabalho — ainda em curso³ no país e com forte apoio midiático. Mesmo que estudos e dados⁴ recentes demonstrem que o remédio amargo das reformas não trouxe a prosperidade prometida, no jogo da representação as dificuldades econômicas da crise são tratadas com certo otimismo — e o otimismo é “marca” do povo brasileiro no senso comum. Em meio à crise atual pós-reformas, algumas reportagens chegam ao ponto de organizar “dicas” para mudar hábitos alimentares⁵. Assim, o jornalismo econômico tende a construir a representação de um caminho neoliberal inevitável que, ao ser naturalizado, se torna regra da qual não se pode desviar.

Outro caso bastante significativo é a cobertura midiática sobre o ministro da Economia Paulo Guedes, que deixou o mercado financeiro para assumir um cargo no governo de Bolsonaro. Mesmo que uma série de fatores indicassem um momento de crise social e econômica à época, Guedes foi, para muitos colunistas que têm espaço em grandes jornais, o lado técnico do último governo — como se ele não tivesse sido autor de frases elitistas e indiferentes em relação a questões sociais. Houve ainda o caso *Pandora Papers*, que incluiu o ministro em uma relação de pessoas influentes que possuem contas em paraísos fiscais. No Brasil, veículos menores como *Agência Pública* e *Poder360* participaram da investigação sobre offshores, com pouca repercussão em veículos como *Globo News*, *Folha*, *Estadão*, entre outros. A articulação semiótica pela qual se percebe a economia, portanto, inviabiliza conhecimentos sobre os aspectos singulares (GENRO FILHO, 1987) das questões econômicas, pois os grandes meios trabalham com pouca abertura a vozes divergentes do modelo neoliberal.

No âmbito da cultura pop — precisamente no campo musical — há arranjos representacionais nucleares que também dificultam leituras mais estáveis e centralizadas. Gustavo Ferreira (2021) observa em seu estudo a filosofia dos algoritmos nas plataformas de streaming, cujo funcionamento ocorre por “padrões de comportamento passados de um usuário ou de usuários que se assemelham a ele” (FERREIRA, 2021, p. 70). Trata-se de uma modalidade que inscreve na cultura das mídias duas frentes de produção de subjetividades: ao mesmo tempo que aprisiona o gosto musical em bolhas individuais, aproxima e faz funcionar uma multidão de indivíduos com afinidades comportamentais. Sendo assim, a geração de pluralidade no reconhecimento e na circulação da música popular esbarra na centralidade de aspectos mercadológicos, o que inviabiliza a percepção acerca da produção musical brasileira enquanto multiplicidade de corpos, ritmos, timbres, entonação de canto etc. Um exemplo recente é a força do gênero sertanejo nas plataformas, seja pelo investimento de setores do agronegócio (que gerenciam carreiras de uma série de artistas do sertanejo), como pela proximidade do gênero com temáticas neoconservadoras (machismos, hierarquias sociais etc.).

Cada qual à sua maneira, essas frentes midiáticas e culturais compreendem a formação de quadros referenciais que são oferecidos ao imaginário, cuja força nas representações dominantes tendem a coincidir com uma percepção menos crítica e complexa — uma vez que “a mediação das mídias nos apresenta impasses toda vez que se põe a funcionar nessa proposição ilusória de relações neutras e imediatas com o mundo” (SERELLE, 2016, p. 78). É no âmbito de novas modalidades de representação, portanto, que as linguagens da cultura midiática devem se arriscar em busca de paisagens mais plurais nas mídias. A seguir, esses eixos midiáticos de sentido (jornalismo, cultura pop) serão tensionados por meio de algumas contribuições teóricas que ajudam a compreender o cenário atual e as saídas possíveis. Essas linhas de fuga serão demonstradas, mais adiante, a partir de produções midiáticas que oferecem referenciais alternativos.

³ Como a insistência de alguns editoriais no sucesso das reformas. Um levantamento do The Intercept Brasil mostra esse apoio midiático. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2021/08/08/grande-im-prensa-reformas-ricos-pobres/>. Acesso em 1 fev. 2022.

⁴ A exemplo de uma matéria publicada no portal de notícias UOL. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2021/11/17/reforma-trabalhista-completa-4-anos-sem-conseguir-estimular-a-criacao-de-empregos.htm>. Acesso em 2 fev. 2022.

⁵ Texto publicado no jornal O Globo dá dicas de como substituir a carne por ovos. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/como-economizar-criatividade-na-cozinha-veja-5-formas-de-subsstituir-carne-pelo-ovo-sem-cair-na-mesmi-ce-25116199>. Acesso em 1 fev. 2022.

Representação na cultura das mídias: uma proposta de análise

Identificar os arranjos nas representações dominantes da cultura midiática é o ponto de partida para buscar articulações mais plurais. Essa tarefa, no entanto, deve situar as representações nas formações históricas e seus regimes de visibilidade e de produção de subjetividades. É menos o trabalho de retomar uma historiografia do que priorizar um caminho arqueológico e cartográfico. Michel Foucault (2010, p. 4) é certo ao propor um entendimento sobre os “focos de experiência”. Em sua obra, o autor chega a essa dimensão por três chaves de leitura: os saberes estabelecidos, as matrizes comportamentais e as modalidades de existência. Por essas frentes de compreensão é possível observar o que se vê e o que se é capaz de enunciar acerca da experiência vivida em determinada formação histórica — a exemplo dos estudos de Foucault sobre a loucura e a sexualidade. Nas duas instâncias da cultura midiática que procuramos jogar luz nesse texto (jornalismo e cultura pop), é possível dialogar com os eixos *foucaultianos*.

O jornalismo que abre mão de sua função plural de mediação para centrar seu discurso na manutenção de interesses da elite financeira, é um problema de saber constituído, fundado por oligarquias nacionais e enunciado à exaustão por *experts* que são “fontes” de reportagens. No âmbito da cultura, a redução da abrangência da música popular a um leque pequeno (e desigual) de gêneros musicais não diz respeito somente às sonoridades reconhecíveis, mas às modalidades de vida que articulam ritmos, timbres, corpos e culturas locais radicalmente diversas e hibridizadas. Tanto a predominância neoliberal nas questões econômicas como a força do sertanejo são representações que universalizam modos de vida — o “estilo Faria Lima” e seu rentismo, um entretenimento agropop de rodeios, carros importados, posses de terra etc. Essas representações nucleares são sintomas de sociedades hierarquizadas, fundadas por políticas de inimizade (MBEMBE, 2021), cuja manutenção de narrativas é decisiva para que mudanças não ocorram.

Mas quais os impactos efetivos de tais engrenagens de representação? Para o campo da comunicação, é fundamental repensar como as esferas abordadas constituem arranjos de mediações com abrangência e popularidade. Como dirá Stuart Hall (2003, p. 179), os “sistemas de representação são os sistemas de significado pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros”, portanto, pensar os produtos midiáticos a partir dessa ideia é considerá-los um *locus* de sentido. A trajetória migrante de Hall o coloca em posição conceitual privilegiada para abordar a representação num contexto decolonial. É nas fronteiras das identidades e dos pertencimentos que o autor identifica um jogo de posições, que requer “uma escolha política” (HALL, 2003, p. 114) para demonstrar que as representações não fixam conceitos, ao contrário, estes são produzidos e por isso são escorregadios e instáveis. No âmbito da cultura midiática, repensar as representações dominantes pode ser um caminho produtivo para discutir o tempo presente — considerando a nossa formação histórica —, é aqui que outras duas contribuições teóricas nos ajudam a problematizar aberturas mais plurais e modalidades de experimentação.

Para Iuri Lotman e Boris Uspenski (2000), a cultura é geradora de uma estruturalidade que permite a consolidação de uma esfera comunicacional — daí a noção de semiosfera, espaço no qual quaisquer produções da cultura farão sentido e poderão gerar leituras, entendimentos e interações. Essa estruturalidade, no entanto, não é homogênea, mesmo que possua um núcleo mais ou menos estável, pois mantém relações (modelizações, semioses) com elementos culturais que lhe são externos. Aliás, quaisquer sistemas culturais operam a manutenção de seu funcionamento a partir de relações dialógicas, nas quais traduzem elementos de outros sistemas em processos de atualização — nessas relações, é possível concordar ou discordar com a exterioridade. Um ponto decisivo para o presente estudo

está situado nas semioses mais intensas que geralmente encontram lugar privilegiado nas *periferias dos sistemas culturais* (LOTMAN, 1996). Assim, se o que precede as atualizações decorre do processo de semiose — “quando uma determinada ação semiótica gera uma operação que possa significar um modelo” (MACHADO; ROMANINI, 2010, p. 93) —, são os processos semióticos menores que tendem a mobilizar mudanças, experimentações e imprevisibilidades. Essa é a contribuição da Semiótica da Cultura ao presente estudo, precisamente o conceito de semiosfera (LOTMAN, 1996), que possibilita repensar a cultura midiática a partir de suas regiões periféricas e alternativas.

Nos trabalhos de Gilles Deleuze sobre o pensamento residem críticas potentes à representação. Apesar de o autor projetar sua obra no campo da filosofia, é possível trazer contribuições de seus enfrentamentos teóricos para a representação na cultura midiática. Deleuze (2018) elabora um contraponto à herança do platonismo, na qual o pensador ou filósofo observa o mundo e busca nos objetos e nos conceitos suas essências e verdades. Trata-se de construir imagens morais cuja transcendência se estende a valores universais forjados. Para o autor, essa identidade fixada opera no pensamento como representação, meramente contemplativa, e impede que o ato de pensar seja capaz de criar, de diferir. Um exemplo dado pelo próprio autor é a arte moderna, quando esta abandona “o domínio da representação para se tornar ‘experiência’” (DELEUZE, 2018, p. 86). Essa imagem moral seria o próprio senso comum que, nos dias de hoje, se adapta facilmente aos fluxos da cultura midiática — jornalismo, entretenimento, cultura pop. Sair da contemplação ao incômodo da experimentação é o que Deleuze persegue em sua tese *Diferença e repetição*, sobretudo ao buscar inspiração das formações nômades. Mas é em *Prost e os signos* que o autor leva a ideia de pensamento criador a um campo de deslocamentos radicalmente instáveis, que não se contrapõe apenas ao *platonismo*, mas a certo estruturalismo semiótico. Grosso modo, o signo representa o objeto, quem o interpreta projeta tal representação no ato do encontro. Para Deleuze (2006), esse encontro com os signos, no lugar de estabelecer uma verdade a partir de pressupostos representacionais, deve ser capaz de buscar a produção de conhecimentos. Ou seja, *Em busca do tempo perdido* nos sugere um aprendizado acerca da mobilidade sígnica na temporalidade. Nas palavras de Deleuze (2006, p. 16): “para cada espécie de signo há uma linha de tempo privilegiado que lhe corresponde, em que o pluralismo multiplica as combinações”. Algo semelhante ocorre com os signos da cultura midiática, precisamente em representações alternativas que deslocam temporalidades e expõem outras perspectivas (que certo senso comum tenta fixar a todo custo em produtos de mídia). Há uma necessidade, portanto, de arrancar os signos do passado e reposicioná-los no presente, em busca de uma nova condição que esteja à altura de nosso tempo.

Tomemos a noção de mercado usada nas principais editorias de economia da imprensa brasileira — um termo genérico, mas ao ser personalizado ganha humor próprio e é usado para legitimar discursos das elites financeiras. É preciso que esse signo seja revigorado por linhas de tempo que o atualizem em modalidades mais plurais, somente sua abertura pode aprofundar o debate econômico e incluir questões voltadas aos trabalhadores, às minorias, aos povos originários, às comunidades locais etc. Para funcionar como signo, a palavra mercado deve levar sua significação até o limite de referenciais populares e inclusivos — num processo comunicacional de multiplicidades. Essa função demanda uma enunciação radical, ao menos para construir um contraponto às representações da mídia tradicional, um processo capaz de tornar pressupostos inoperantes rumo a outra modalidade possível (AGAMBEN, 2017). Para Giorgio Agamben (2018), o ser humano enquanto falante deveria encontrar um *experimento de linguagem* capaz de superar as representações que se articulam no laço real, simbólico e imaginário — capturado pelos paradigmas econômicos e políticos do Ocidente. Outra modalidade de vida

seria matéria para o indizível se manifestar na linguagem, segundo Agamben (2016), para além das representações. Outro modelo econômico, por exemplo, é o indizível para os *experts* da economia dominante e a matéria que a linguagem jornalística deveria se ocupar para reconfigurar quadros de representação na cultura midiática. É na experimentação que matéria e linguagem chegam a esse outro possível. A seguir, este texto dedica algumas linhas à análise de produções que nos convidam a saídas semelhantes, e indicam uma cartografia de diferenças a perseguir.

Cartografia de experimentações nas representações midiáticas

Por representação devemos compreender a organização de mundos e ideias acessíveis às sociedades, o que chamamos de senso comum é talvez a chave de leitura mais recorrente. A contribuição dos Estudos Culturais é importante no tensionamento da representação, pois observa, em muitas análises, que “o sentido é visto como algo a ser produzido — construído — em vez de simplesmente ‘encontrado’” (HALL, 2016, p. 25). Ou seja, o que está dado, por exemplo, nos regimes de verdade (estereótipos, dogmas econômicos, quadros normativos de sexualidade etc.) foram organizados discursivamente nas linguagens, nos saberes e também em uma série de quadros existenciais. Quando Maurizio Lazzarato (2014) adverte que o capitalismo tardio produz subjetividades como uma montadora automobilística lança, de tempos em tempos, novos modelos de automóveis, é sobre uma articulação para além das linguagens que ele se refere. Para que um campo semântico se organize em semióticas, é preciso que operações de um espírito epocal e de suas condições sociotécnicas fabrique “desejos, crenças” (LAZZARATO, 2014, p. 38), em suma, isso demanda ação de uma máquina de produção de realidades.

A mudança dos quadros representacionais coloca outros fatores capazes de ampliar debates e visibilidades. O que passa a ser visível deixa de ser indizível nas mídias e, ao articular-se como virtualidade possível, pode produzir atualizações e ganhar consistência em novas práticas. Douglas Kellner (2001, p. 124) irá dizer que “as representações alternativas produzem processos novos e diferentes de identificação”, trata-se de compreender como o âmbito representacional é mobilizado em contracorrentes e diversidades, de seu ponto de partida produtivo ao seu desdobramento nas apropriações e reapropriações da cultura das mídias. Daí decorre também outra questão, os processos de representação nas mídias serão também formativos e de letramento midiático, no sentido de aproximar novas demandas, partilhas, identidades e comunidades possíveis.

Esta frente de análise, portanto, visa construir um caminho de estudos sobre uma série de diferenciações, consideradas fundamentais na construção das representações na cultura midiática — neste texto, nos concentramos no jornalismo e na cultura pop. O método de seleção dos objetos aqui brevemente analisados é o cartográfico, inspirado na obra de Deleuze e Guattari (2000, p. 21), que consiste na elaboração de um mapa aberto “em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente”. Ao se opor à objetividade herdada do Iluminismo, o método não sugere menos rigor científico, ao contrário, como observa Nísia Martins do Rosário (2016), a cartografia pós-estruturalista aplicada à comunicação se organiza pela “identificação das linhas de fuga” (ROSÁRIO, 2016, p. 183), e é esse critério de escolha que justifica a seleção do *corpus* (em construção). Dessa maneira, o material empírico aqui apresentado é parte de uma pesquisa em fase inicial, cujo objeto será ampliado em desdobramentos futuros do trabalho. A linha de fuga da qual o presente artigo parte é a produção de diferenças frente aos regimes mais recorrentes na cultura midiática. Em suma, o que aproxima os objetos é a experimentação, as políticas minoritárias, os saberes situados, a pluralidade etc. — precisamente nas *periferias da cultura midiática*.

O coletivo Núcleo Jornalismo se configura em termos de posicionamento editorial como “*iniciativa que cobre o impacto das redes sociais nas vidas das pessoas*” (NÚCLEO JORNALISMO, 2020) — com predominância de três temáticas em suas coberturas: tecnologias, redes sociais e política de dados. A abordagem jornalística do Núcleo prioriza questões democráticas e crítica, em muitas reportagens, a ausência de prestação de contas das *big techs* em relação às políticas de uso das redes e à gestão de dados dos usuários. Trata-se de um engajamento geralmente ausente na objetividade dos grandes meios de comunicação, sobretudo quando o assunto é tecnologia e redes sociais. Nos grandes meios, narrativas positivas sobre tecnologias e novas plataformas tendem, sobretudo para leituras menos atentas, a abordar as redes como espaços meramente técnicos e por isso desvinculados de assimetrias e táticas de poder. O Núcleo segue uma linha destoante, como contraponto, a exemplo da matéria intitulada: *Sem moderação do Twitter, conteúdo antivacina rola solto no Spaces*⁶. A reportagem joga luz sobre o negacionismo como uma questão cara ao nosso tempo, mas não de maneira isolada, pois o discurso antivacina está vinculado a uma nova ferramenta — o *Spaces* — que permite entradas ao vivo no *Twitter* e tinha como objetivo potencializar a produção de conteúdo informativo. É dessa tarefa que o jornalismo não deveria se ausentar. Com o jornalismo do Núcleo, o campo da representação deixa de funcionar como mero reflexo de um progresso que não presta contas, ou lido como um benefício tecnológico. Levados à temporalidade, uma emergência de nossa formação histórica (FOUCAULT, 2010), os signos de tecnologias, redes e dados deixam “transparecer alguma coisa de precário” (DELEUZE, 2006, p. 17), algo a ser descoberto. Essa dobra semântica age no âmbito das representações e mostra a necessidade de uma ética por vir em nossas relações com as tecnologias.

⁶ Disponível em:

<https://www.nucleo.jor.br/reportagem/2022-01-28-sem-moderacao-twitter-conteudo-antivacina-tolerado-spaces/>.

Acesso em 20 fev. 2022.

A cultura pop é outra fonte midiática que abastece as representações mais recorrentes, notadamente as do campo cultural — uma arena discursiva que compreende fluxos globalizados e locais. O presente enfoque nos regimes de representação acerca de temas nacionais destaca aqui a construção de leituras sobre a música popular. O visível e o enunciável enquanto *locus* de saberes coincidem com o poder exercido em determinado período histórico (DELEUZE, 2020). A força da construção dos significados por grandes marcadores midiáticos (*The Voice*, gêneros musicais como o sertanejo etc.) e uma nova engenharia de algoritmos — que atua na oferta de “dados semelhantes aos que já foram ouvidos ou recomendados em um histórico do usuário” (FERREIRA, 2021, p. 70) — limitam mediações capazes de produzir diferenças. No cenário de algoritmos, gosto musical, elementos estéticos e mercadológicos e o poder das plataformas (a exemplo do *Spotify*) se indeterminam num processo comunicacional da decisão unilateral de indicação de fonogramas a serem escutados. No entanto, há um dinamismo nos sistemas culturais que possibilita relações diferenciais entre núcleo e periferia, notadamente quando elementos que não são centrais passam a compor a tipologia que o mecanismo semiótico cria para si (LOTMAN; USPENSKI, 2000), ao incluir produções mais periféricas. Tal noção torna possível pensar que a cultura pop não é exclusiva de seus grandes marcadores midiáticos, mas também composta por criações alternativas.

⁷ Disponível em: <https://selomundomelhor.org/>.

Acesso em 21 fev. 2022.

Um foco diferencial, em termos de circulação, estética e fruição, se mobiliza na presença midiática do Selo Mundo Melhor⁷, idealizado pelo artista DJ Tudo (Alfredo Belo). O músico é pesquisador de longa data da cultura brasileira — gravou também com muitos artistas de outras regiões do mundo —, seu trabalho consiste em viajar pelo Brasil em busca de ritmos, artistas, instrumentação e arranjos presentes em variadas vertentes musicais. Suas produções alternam entre experimentação e regionalismos. Em seu trabalho mais recente, o álbum *Pancada Motor – transformação e cura*⁸ (2021), DJ Tudo mescla tradições alagoanas (Samba de Matuto, Cambinda, Baianá e Caboclinha) com arranjos elaborados por músicos

de diferentes formações — como Gustavo Souza (bateria), Rafaella Nepomuceno (percussão e voz) e Rafael Martinez (guitarra). Num registro quase antropológico, o artista grava encontros preciosos, como a faixa *Quero Pancada Motor*, com Dona Neta (Maracatu Cruzeiro do Forte do Recife) — Pancada Motor, aliás, é o nome de uma batida de zabumba específica do grupo de Dona Neta. Em uma passagem ilustrativa, Giorgio Agamben (2016, p. 23) diz que o limite do pensamento não é um ser ou uma qualidade, mas “a própria potência absoluta, pura potência da própria representação: a tabuinha para escrever”. A reescrita midiática produzida por DJ Tudo na organização do Selo Mundo Melhor na *web* (com imagens, textos, vídeos e áudios) age de maneira semelhante. Sua linguagem multimídia e suas cartografias populares posicionam a cultura midiática como tábua a ser escrita (ou reescrita) por significações escorregadias e plurais, que oferecem melhor compreensão das multiplicidades da música popular brasileira.

As diferentes apropriações que alguns coletivos periféricos e alternativos fazem de linguagens multimídia, a partir de experimentações e modelos hibridizados, diferem de meros resíduos de tradição, trata-se de “algo novo — a sombra que acompanha a globalização” (HALL, 2003, p. 61). Por isso, a proposta de elaborar uma cartografia desses trabalhos que revigoram o âmbito da representação e das experiências comunicacionais da cultura das mídias é algo que deve ser pensado de maneira transversal. Para Iuri Lotman (1996, p. 23), a semiosfera é o campo semiótico que compreende um “conjunto de distintos textos” — e por textos podemos considerar quaisquer elementos produtores de sentidos nas culturas. Assim, a cultura midiática de conexões ilimitadas, potencializadas por redes e plataformas, é esse espaço semiótico e comunicacional heterogêneo. Pela Semiótica da Cultura de Lotman, a semiosfera representa um espaço de movimentações internas de textos, cujo núcleo possui maior rigidez semântica. No entanto, a presença de um núcleo não exclui atualizações e fluxos geradores de novos sentidos. Pelo contrário, nas regiões periféricas ocorre uma tendência inevitável à heterogeneidade, sobretudo porque periferias são fronteiriças com outros sistemas culturais, daí a capacidade de geração de semioses e rompimentos semânticos nesses espaços semióticos. Construir um mapa de semioses periféricas, portanto, abre a possibilidade de identificar práticas alternativas aos núcleos que se constituem na cultura das mídias. Os exemplos citados fazem parte de um recorte de *corpus* inicial, são pistas para a elaboração de um mapa de conteúdos de diferença, um traçado cartográfico que se justifica pelas *linhas de fuga* que é capaz de identificar e aproximar nos fluxos midiáticos (DELEUZE; GUATTARI, 2000). Núcleo Jornalismo e Selo Mundo Melhor são produções midiáticas que reverberam em frentes midiáticas distintas — o Núcleo faz jornalismo ativista e o Selo Mundo Melhor oferece uma plataforma multimídia de cultura popular. De cada um desses produtos é possível extrair representações alternativas.

Nas grandes narrativas que ressoam nas mídias, há representações mais recorrentes que, a depender dos arranjos de seus regimes de estruturação, formam universalismos — observados em textos, imagens, vídeos e capas de jornais e revistas (BEDRAN; ZAMPIER, 2016). O já mencionado termo mercado é exemplar quando se trata do jornalismo econômico, nos grandes meios esse signo, num primeiro momento, soa com legitimidade pois sugere diretrizes a serem aplicadas em busca de um futuro de crescimento para o país, no entanto atende exclusivamente aos interesses das elites financeiras. Nessa construção representacional há um acúmulo de interesses acerca de um modelo de país, uma narrativa que age em bloco nos grandes meios, em especial após a crise da mídia tradicional com a chegada de novas plataformas (NASSIF, 2021) — daí a necessidade de alinhamento aos discursos dos bancos e das novas agências de especulação “inteligente” (XP, BTG Pactual etc.), sem contar os recentes sites de apostas esportivas. Privatizações, teto de gastos, ódio à política, despolitização de decisões econômicas são praticamen-

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xD0qzXnqjk&t=400s>. Acesso em 21 fev. 2022.

te consensos nas principais editorias do país. Deslocar o campo representacional dominante é decisivo para colocar à mostra essas disputas discursivas. O que seria das representações midiáticas acerca da economia, por exemplo, se a biblioteca virtual⁹ do professor Ladislau Dowbor fosse também fonte de informação para o jornalismo econômico? Sabe-se que o pesquisador citado é crítico do modelo neoliberal e geralmente publica em sua página textos, vídeos e dados que oferecem saídas ao neoliberalismo dominante. Para Renato Ortiz (2013, p. 626), ao passar da “ideia de essência à de representação, a construção da identidade desloca-se para o domínio dos interesses e dos conflitos”. Na comunicação midiática, quando há focos de outras construções narrativas, a representação é levada a essa dimensão dos embates enunciativos e, conseqüentemente, possibilita reapropriações em um leque mais diverso de posições subjetivas.

⁹ Disponível em: <https://dowbor.org/>. Acesso em 12 jul. 2022.

Há uma questão cara ao enfoque dado às representações nacionais que sugerem percepções e leituras da vida econômica, política e cultural do país: a capacidade crítica que insurge dos entremeios representacionais. O Núcleo Jornalismo está entre o jornalismo e uma ideia de coletivo ativista engajado com questões tecnológicas, já o Selo Mundo Melhor está entre gravadora independente e plataforma de streaming — e, em termos estéticos, DJ Tudo está entre a música popular brasileira e a música pop. O que está em jogo, portanto, são “identificação deslocadas, múltiplas” (HALL, 2003, p. 76). Essa dinâmica produtiva de experimentações que a cultura possibilita é parte das incontáveis semioses que geram algum conhecimento sobre o mundo, por isso a semiosfera tende a expandir seus processos comunicacionais (MACHADO; ROMANINI, 2010; LOTMAN, 1996) — daí a necessidade de extrair desses processos saberes outros. Em linhas gerais, a experimentação é uma noção criativa bastante conhecida nas vanguardas do início do século XX e pode ser aplicável ao contexto das mídias. É possível notar que ainda há força na centralidade dos modelos tradicionais de mídia, herdada dos *mass media* (tevé, rádio, jornal, revista etc.). São regimes produtores de grandes narrativas e que detêm força discursiva. A experimentação não é inovadora no sentido dado ao progresso pelo capitalismo tardio, mas, como demonstra Deleuze (2006), é capaz de gerar novas remessas da memória para rearticular diferenças e recompor o presente sob as bases de outras modalidades éticas e políticas — como a dobra que o Núcleo faz no signo tecnologia em suas abordagens pró-democracia digital ou como DJ Tudo rearticula a música popular como multiplicidade para além de questões de mercado. Em ambos os casos, há “verdades do tempo redescoberto” (DELEUZE, 2006, p. 16). Essas atualizações coincidem com um movimento experimental e singular de atualização da cultura midiática, cabe então identificar esses focos produtivos.

Por fim, a proposta radical de Giorgio Agamben (2017) para um contraponto aos regimes de representação deixa algumas provocações para o desenvolvimento de uma cartografia. Para o autor, a ideia de *comunidade que vem* — e que está à altura dos problemas de nosso tempo — somente será possível na produtividade das singularidades possíveis. Aqui há aproximação com a crítica de Deleuze (2018) à imagem do pensamento que universaliza e abastece o senso comum, pois identidade e representação de essências e verdades devem dar lugar à “experiência do limite” (AGAMBEN, 2017, p. 63). A experiência de estar no mundo — e, conseqüentemente, na cultura das mídias — faz transbordar quaisquer enquadramentos de representação, devido à sua imprevisibilidade. E o imprevisível da cultura (LOTMAN, 2004) alimenta a experimentação e fornece a matéria para as linguagens midiáticas partirem a uma dinâmica mais diversa — esta, porém, deve inscrever-se por uma ética dos encontros e das políticas minoritárias para assim evitar que a pluralidade se converta em liberdade para novos autoritarismos (como é possível identificar no falso pluralismo de grandes jornais e em páginas de “comunicadores” de plataformas digitais). Uma cartografia de diferenciações nas mídias, portanto, demanda critérios de escolha baseados em marcadores inclusi-

vos, práticas cidadãs e democráticas e deve ser tarefa das ciências da comunicação e da sua capacidade de trabalhar com letramentos midiáticos mais plurais.

Considerações finais

O presente trabalho abordou movimentos de diferenças na articulação das representações na cultura midiática. A proposta de análise observa dois eixos midiáticos de enquadramentos representacionais — jornalismo e cultura pop. Por essas duas frentes, e com base na metodologia da cartografia, este estudo identificou pistas para um *corpus* em construção. Os objetos analisados foram: o coletivo Núcleo Jornalismo e o selo independente Mundo Melhor. Esses produtos midiáticos têm em comum a capacidade de criar linhas de fuga (DELEUZE; GUATTARI, 2000) frente aos grandes enquadramentos midiáticos.

A base teórica usou a noção de semiosfera (LOTMAN, 1996) para pensar as semioses da cultura midiática e os conceitos representação cultural, trabalhados por Stuart Hall (2016), em busca de uma análise sobre as apropriações culturais de tecnologias para gerar diferenciações nas mídias. A capacidade de produzir diferenças foi entendida como experimentação, um processo produtivo que opera tanto em um novo aprendizado a partir dos signos (DELEUZE, 2006) como na possibilidade de criar modalidades que possam ser matéria da linguagem que vem (AGAMBEN, 2017). Entende-se que é na experimentação de linguagens e na variação de conteúdos que se pode fornecer saídas para os enquadramentos que reduzem a experiência do vivido nos grandes regimes de representação midiática. O *corpus* aqui identificado é apenas um ponto de partida para a elaboração de um mapeamento de práticas alternativas na cultura das mídias.

Referências

- AGAMBEN, Giorgio. **A comunidade que vem**. Belo Horizonte (MG): Autêntica, 2017.
- AGAMBEN, Giorgio. **A experiência da língua**. Rio de Janeiro: Rotaplan Gráfica, 2018.
- AGAMBEN, Giorgio. **Ideia da prosa**. Belo Horizonte (MG): Autêntica Editora, 2016.
- BEDRAN, Laura Martini; ZAMPIER, Isabela. **Mídia e representação: A mulher brasileira pelas capas da Revista Claudia**. Revista Comtempo, v. 8, n. 2, p. 1-16, 2016.
- DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. São Paulo: Paz e Terra, 2018.
- DELEUZE, Gilles. **Michel Foucault: o poder**. São Paulo: Editora Filosófica Politeia, 2020.
- DELEUZE, Gilles. **Proust e os signos**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**, vol. 1. São Paulo: Editora 34, 2000.
- FERREIRA, Gustavo. A filosofia de programação musical do algoritmo. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**. Mariana-MG, v. 12, n. 03, p. 57-85, set./dez. 2021.
- FOUCAULT, Michel. **Governo de si e dos outros**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide** – para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre, Tchê, 1987.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Apicuri/PUC-Rio, 2016.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru (SP): Edusc, 2001.
- LAZZARATO, Maurizio. **Signos, máquinas e subjetividades**. São Paulo: N-1 Edições, 2014.
- LOTMAN, Iuri. **Culture and explosion**. New York: Mouton de Gruyter, 2004.
- LOTMAN, Iuri; USPENSKI, Boris. Sobre el mecanismo semiótico de la cultura. *In*: LOTMAN, Iuri. **La semiosfera III: semiótica de las artes y de la cultura**. Madrid: Ediciones Cátedra, 2000, p. 164-193.
- LOTMAN, Iuri. **La semiosfera I**. Semiótica da cultura y del texto. Madrid: Ediciones Frónesis Cátedra Universitat de Valencia, 1996.
- MACHADO, Irene; ROMANINI, Vinícius. Semiótica da comunicação: da semiótica da natureza à cultura. **Revista FAMECOS**, v. 17 n. 2, p. 89-97, mai./ago. 2010.
- MBEMBE, Achille. **Políticas de inimizade**. São Paulo: N-1 Edições, 2021.
- NASSIF, Luis. **O caso Veja: o naufrágio do jornalismo brasileiro**. Paraná: Kotter, 2021.
- NÚCLEO JORNALISMO. **Sobre o Núcleo**. Página inicial. Disponível em: <https://www.nucleo.jor.br/sobre/>. Acesso em 20 fev. 2022.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- ORTIZ, Renato. Imagens do Brasil. **Revista Sociedade e Estado**. V. 28, n. 3, p. 609-633, set/dez. 2013.
- RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- ROSÁRIO, Nísia Martins do. Cartografia na comunicação: questões de método e desafios metodológicos. *In*: MOURA, Claudia Peixoto; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.
- SERELLE, Marcio. A ética da mediação: aspectos da crítica da mídia em Roger Silverstone. **MATRIZES**, v. 10, n. 2, p. 75-90, 2016.