

## **Do imaginário ao mundo real: a sinestesia das imagens**

*Entrevista com Norval Baitello Júnior esmiúça definições e consequências das figuras imagéticas na vida dos seres humanos*

**Por Isabela Cagliari e Rafele Oliveira**

*Entrevista realizada em 1º de julho de 2022*

Apesar de as imagens terem um grande apelo nos dias atuais, surgiram há cerca de quatro milênios. No Antigo Egito, por exemplo, pirâmides contavam com a presença de imagens de alto relevo, bem como pergaminhos, que tinham pinturas em si. Já na Idade Média, elas eram vistas nas igrejas e cumpriam a função de conectar os humanos a Deus e a outras figuras divinas.

No entanto, a noção que temos hoje de imagem se inicia com o Renascimento, quando surgem técnicas e retratos passam a ser desenhados em palácios. À época, com o surgimento e a popularização da fotografia, a imagem alcança um novo sentido, mais voltado à estética e à exposição. Assim, entende-se que a imagem ganha uma definição a partir do tempo e do contexto em que se insere.

Como uma das interpretações do que é imagem, Norval Baitello Junior, doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Livre de Berlim e professor da Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sugere que “uma imagem é o produto de um ambiente, que significa de uma cultura, que significa de uma época, que significa de uma mentalidade”.

Essa é apenas uma das definições de imagem. Entretanto, como reitera o pesquisador, no atual contexto, não é de grande importância avaliar a imagem apenas no plano bidimensional, desconsiderando o entorno. Dessa maneira, propõe que sua definição parta de um princípio ecológico, capaz de mensurar todas as suas funções.

“Hoje, uma definição de imagem deveria ser o que eu chamo de ecológica. Uma imagem é algo que produz um ambiente em torno dela. E, claro, ela não produz sozinha, ela produz utilizando a nossa energia, ou utilizando a nós, porque ela não

existe lá fora. Existe uma coisa lá fora e uma coisa aqui dentro, e a imagem está neste percurso”, destaca o estudioso.

Por mais que a visão seja valorizada nesta circunstância temporal, a imagem não se limita aos olhos. Como propõe Baitello Junior, a imagem tem diversas sensorialidades. “Nós não somos só olhos, nós somos olhos, ouvidos, boca, nariz, mãos, pele. A palavra imagem não precisa ser restrita ao sentido da visão. Então, eu proponho que uma imagem é uma configuração sensorial. Portanto, existem imagens acústicas, imagens gestuais, imagens olfativas”, ressalva.

### **O conceito de imagem no âmbito da pandemia**

Em meio à pandemia da covid-19, a questão da imagem tornou-se ainda mais complexa. Já presente na vida das pessoas o tempo todo - através de *outdoors*, das televisões, dos celulares e outros aparelhos eletrônicos -, com a nova realidade pandêmica, as relações também passaram a ser imagéticas, inclusive as familiares.

Devido à rápida contaminação por um vírus desconhecido, a proposta de isolamento social mostrou-se eficaz como forma de evitar sua disseminação. Então, famílias que conviviam juntas deixaram de se encontrar, trabalhos adotaram o modelo remoto, instituições de ensino aderiram à educação on-line e as relações, antes realizadas por meio da mídia primária, passaram a ser mediadas através das telas, pela mídia terciária, possível apenas com a eletricidade e os avanços da tecnologia.

Além de sua gravidade sanitária, a situação pandêmica também contribuiu negativamente para um aspecto de sociabilidade. Segundo o teórico da comunicação brasileira, diante desse panorama de massificação das imagens por mídia terciária e distanciamento de relações sociais presenciais, uma das perdas foi da alteridade e da empatia, afetando diretamente a maneira que nos comunicamos com o mundo e com os outros.

“A falta desse espaço presencial vai trazer, provavelmente, consequências naquilo que já é bem lesado na nossa cultura contemporânea, que é o sentimento de alteridade”, indica.

Como maneira de solucionar a problemática, ainda acrescenta a necessidade de uma ecologia da comunicação e da imagem, para repensar o futuro das sociedades. “Comunicação não é só informação, é relação com o mundo. O mundo tem pessoas, então, a pandemia trouxe até um alerta para a gente modificar um pouco as coisas que já estavam caminhando nesta direção, na perda de alteridade”, explica o professor.

### **Propagação excessiva de imagens: consequências e desafios**

O impacto negativo da reprodução frenética de imagens - sobretudo de violência - é apontado em diversos trabalhos do teórico. Os inúmeros estudos sobre imagem e violência comprovam que a exposição a esse tipo de material potencializa a falta de empatia e a banalização da crueldade. Para Baitello Junior, essas pesquisas “servem para nos amparar na nossa reflexão, e a nossa reflexão serve para nos amparar na nossa ação”.

Segundo ele, há um objetivo mercadológico por trás da disseminação de imagens violentas e os canais que as divulgam não estão interessados nas consequências dessa reprodução. Só visam o dinheiro, aqui e agora. Reforça que profissionais da comunicação precisam agir para desenvolver na sociedade uma consciência ecológica. “Na medida em que esse pensamento ecológico se espalhar, nós vamos ser muito mais exigentes com relação ao que abrir, quando e quanto tempo da nossa vida nós entregamos a estas imagens”, prevê o docente.

Nesse contexto e abordando os impactos resultantes do consumo de imagens mercadológicas e de todo o assédio que há em torno delas, Baitello Junior aponta os jovens e as crianças como as principais vítimas. O aumento de cirurgias plásticas entre o público adolescente e a forte influência que o mercado de maquiagens exerce, inclusive nas crianças, é indicado por ele como parte de um processo: o de querer se transformar em uma imagem.

Para superar essas questões, o escritor de uma extensa lista de obras afirma que é necessária uma mudança na mentalidade da população, muito mais do que uma alteração na legislação do País. Conforme elucida, o aparato jurídico no Brasil possui um histórico de produções absurdas, faltando-lhes uma “formação

humanística sólida”. Portanto, apela por mobilizações populares e pelo crescimento de uma nova mentalidade mais ecológica. Nesse sentido, ressalta o bom trabalho realizado pelas mídias contra-hegemônicas e a urgência dessas iniciativas.

“O crescimento de iniciativas de mídia crítica pode ser uma coisa desejável e talvez isso aconteça num futuro vislumbrável. Nós não podemos pensar mais em daqui a 200 anos, nós não temos mais 200 anos, talvez o planeta não tenha mais 100 anos de prazo para mudar esta cultura e essa mentalidade”, declara.

### **E quanto ao futuro?**

Questionado acerca do futuro das imagens, Norval Baitello Junior é direto: precisamos fazer cenários, e o pensamento ecológico nos obriga a fazer isso. “Hoje, uma teoria ecológica da imagem vai ter que lidar com esses cenários futuros de o que é que esta economia mundial e para onde ela está nos levando. E, é claro, a grande metáfora da iconofagia é justamente essa, a imagem está nos devorando, devorando a nossa vida no momento em que ela nos transforma em imagem”, expõe.

Essa realidade reflete, inclusive, na economia brasileira. A imagem midiática, produzida e divulgada pelos meios de comunicação de massa, acabam por ter um valor que dificilmente consegue ser mensurado. “A riqueza do mundo é virtual. [A imagem] produziu fortunas, e ela continua produzindo. As grandes fortunas, hoje, são produzidas por imagens: Facebook, Twitter e Instagram - são as maiores fortunas do mundo, são fortunas de imagens, são imagens de fortunas”, enfatiza.

Para o pesquisador, estamos vivendo na fúria de um futuro imagético, não real. Citando o filósofo e sociólogo alemão Dietmar Kamper, o professor esclarece que a maior dificuldade do nosso tempo é estar no presente, porque o presente é sensorial e as imagens nos tiram desse presente. Assim, acabamos jogando tudo para o futuro.

“A gente está aqui, mas estamos pensando no compromisso que vai ser daqui meia hora e depois tem que fazer não sei o que daqui uma hora, e tem que fazer não sei o que amanhã. [...] E o futuro, este futuro imagético, está nos devorando”, conclui.

A seguir, confira a entrevista completa com Norval Baitello Junior:

**Para começar, será que existe uma explicação única e completa sobre as imagens? Será que tentar achar essa definição é entrar em um labirinto sem respostas, nem saída?**

Não existe uma só definição, existem muitas definições. E dessas definições é que depende aquilo que o nosso pensamento e a nossa ação, ou seja, nossa ação e a nossa reação ao mundo das imagens.

Primeiro, vamos desenhar um diagnóstico do nosso tempo. Nós sabemos que nos últimos quatro milênios, a civilização humana sempre produziu imagens. Então, se a gente, por exemplo, vai lá para o Antigo Egito, dentro das pirâmides há e havia, na época, grandes murais com imagens de alto relevo e, muitas vezes, pintadas, também pergaminhos, e sabe-se que não eram só as imagens produzidas pelos grandes poderosos, ali também há imagens produzidas pelos menos poderosos, digamos até imagens clandestinas, imagens eróticas. Foram descobertos, recentemente, pergaminhos na África com imagens, de pornografia mesmo, feitas pelos egípcios, então quatro mil anos atrás. Os gregos também produziam imagens, toda a Antiguidade Clássica produziu imagens. Pompeia, que foi desenterrada recentemente, havia paredes nas casas onde havia imagens. Mas é claro, a própria palavra entre os romanos, *imago* em latim, tem um papel, um significado muito importante, porque significa retrato de pessoa morta, máscara mortuária produzida em cera e, depois, em gesso. Os gregos faziam a mesma coisa, chamavam de *eidolon*. E aí, claro, os reis faziam esse *eidolon* em folha de ouro. Os egípcios mumificavam os seus faraós, e não só os faraós, também muitas outras pessoas, outros funcionários, era caro fazer o processo de mumificação. Então, tudo isso é imagem.

Não vamos muito longe, vamos trabalhar na Idade Média. Então, mil anos atrás, aí na Idade Média, onde havia imagens? Nas igrejas. Então, na Antiguidade, nós temos um ambiente, na Idade Média, nós temos um outro ambiente. E nessas igrejas, as imagens tinham uma função, que era de nos levar até Deus, significava tirar do nosso presente e levar para um outro momento, um outro ambiente. Com

isso, as casas não tinham imagens, porque custava caro, tinha que pintar, não havia técnicas de reprodução, elas não tinham nenhum valor de exposição.

Então, com o Renascimento, começa uma nova era, onde os palácios acabavam sendo cheios de imagens e retratos, eles tinham dinheiro para pagar os pintores, para pintar, então começa uma era da imagem estética. Isso dura até o começo do século XIX, e quando surgem técnicas, ou talvez antes disso com a imprensa, com técnicas de reprodução, de gravuras, as imagens começam a se tornar mais acessíveis e mais populares, começam a ter panfletos. Na época da Reforma Protestante, havia uma guerra de panfletos, a favor e contra a reforma, contra a Igreja Católica Romana e dos adeptos da Igreja Romana contra os protestantes. Então, começa uma nova era, que é da imagem reproduzida em grande escala. Isso, no século XX, vira uma explosão com a fotografia e, com a popularização da fotografia, vira uma explosão das imagens. Hoje, nós vivemos um mundo em que nos dividimos com as imagens.

Aí nós temos uma definição de imagem: uma imagem é o produto de um ambiente, que significa de uma cultura, que significa de uma época, que significa de uma mentalidade. Essa é uma definição da imagem. Há muitas outras, a gente, por exemplo, fala que uma imagem é uma coisa que está ali fora, na minha frente, no papel ou em uma tela, ou em uma parede, ou em uma pedra. Esta definição formal de imagem está completamente defasada. Então, imagem como bidimensionalidade está completamente defasada, é uma análise formal e ela desconsidera o entorno, a origem do entorno e o impacto desse entorno.

Então, hoje, uma definição de imagem deveria ser o que eu chamo de ecológica. Uma imagem é algo que produz um ambiente em torno dela. E, claro, ela não produz sozinha, ela produz utilizando a nossa energia, ou utilizando a nós, porque ela não existe lá fora. Um *outdoor* onde não passa ninguém não significa nada, um *outdoor* por onde passam centenas ou milhares de pessoas significa muito. Uma imagem na televisão desligada não é uma imagem, ela só é uma imagem quando é vista por alguém e, portanto, existe uma coisa lá fora e uma coisa aqui dentro, e a imagem está neste percurso.

**O senhor aborda muito que a imagem ultrapassa o campo da visão e ela pode ser acústica e conceitual. Seria interessante entender como se chega a isso.**

Então isso significa que nós não somos só olhos, nós somos olhos, ouvidos, boca, nariz, mãos, pele etc. Portanto, a palavra imagem não precisa ser restrita ao sentido da visão, é claro que nós vivemos uma época da hegemonia da visão, vocês próprias, como jornalistas, sabem o que custa um minuto de televisão e um minuto de rádio. A audição é desvalorizada, ou pelo menos foi desvalorizada no século XX, diante da visão. Talvez isso tenda a mudar, existem pensadores que dizem que o século XXI será um século do ouvido, porque os olhos estão cansados. Então, eu proponho que uma imagem é uma configuração sensorial. Portanto, existem imagens acústicas, imagens gestuais, imagens olfativas - a publicidade já usa isso em algumas coisas, lojas que têm identidade olfativa, por exemplo, que têm um perfume, um cheiro, cada um de nós tem um ID, uma identidade olfativa, nós temos cheiro, só nossos cães que sentem isso, nós não sentimos.

Então, há imagens de diversas sensorialidades. Isso nós vamos precisar considerar daqui para frente, então essa adversidade das imagens que não sejam apenas visuais.

**Na capa do seu livro “A era da iconofagia” há diversas imagens - bomba de Hiroshima, disco de vinil, ovelha, satélite, jornais, TV de plasma, vela, arma, enfim, até uma cobra - e, fora isso, o título está escrito em caixa alta, em vermelho - essa cor, geralmente está associada à alerta, atenção, até mesmo a consumo. Outro ponto é que, dentro dos capítulos, aquele @ gigante, que aparece bem no início de cada capítulo. A escolha desses elementos foi proposital e, se foi, o que poderia significar?**

Curioso, porque foi um trabalho da editora. O livro teve uma primeira edição, uma primeira versão, na verdade, por uma pequena editora, que depois fechou, e a capa do livro da primeira versão é bem diferente. A capa da primeira versão foi feita pelo Luciano Guimarães, inspirada por um pintor, essa foi a primeira versão, em 2005.

Depois, em 2008, saiu a versão espanhola, que tem uma outra capa, que é uma pintura do Alex Flemming, que vive na Alemanha, que é um desenho da musculatura

do rosto, só que existe um rosto em cima de outro rosto, em cima de outro rosto e de outro rosto e com a boca aberta. Então, essa foi a edição espanhola do livro. E, claro, essa aqui foi minha sugestão.

Mas a outra edição que você mencionou eles não me perguntaram nada, foi o próprio artista que decidiu tudo isso, diagramação, colocar o @ e, é claro, o artista leu o livro. As ilustrações fui eu quem escolhi: o primeiro livro não tinha nenhuma, o livro espanhol também não tinha, enfim, achei que a gente podia colocar algumas ilustrações mostrando como o mundo está totalmente povoado pelas imagens, contando com a contribuição dos artistas gráficos para isso.

**Retomando o seu livro “O Pensamento Sentado”, tem uma frase que me chamou muito a atenção, que é ‘Uma das dimensões mais intrigantes da imagem manifesta-se quando ela participa invasivamente da vida das pessoas. [...] A iconofagia também ocorre quando pautamos nossa vida pelas imagens, desejamos ser como as imagens ideais. [...] Alimentamos-nos de imagens e nos transformamos em imagens’ (p. 124-125). E, nessa perspectiva, como é que a pandemia ampliou essas dimensões e quais podem ser os efeitos danosos a longo prazo disso?**

Realmente, uma coisa muito assustadora foi o que aconteceu com a pandemia, porque nós passamos a viver em um espaço restrito, não mais um espaço público, mas um espaço restrito. Então, todas as nossas relações, mesmo as familiares, passaram a se dar em imagens e, pior do que tudo, em imagens técnicas. Imagens de mídia terciária, significa imagens mediadas por aparatos que a gente sabe que não são inocentes.

Então, imagine uma criança que foi alfabetizada na pandemia sem a mão da professora, pegando na sua mão para ensinar a desenhar ou, então, se não pegava na mão, pelo menos vendo a mão da professora desenhar em uma lousa, e uma professora que tem um corpo, uma aura, uma presença física, em que todas as crianças acabam sempre desenvolvendo uma relação afetiva. Então, imagine o que é desenvolver uma relação afetiva com a tela de um computador.



O que acontece, as consequências da teoria da mídia, em que a gente trabalha, é a seguinte: a mídia primária, que é aquela da relação corpo a corpo, é responsável pelo desenvolvimento de uma capacidade social que nós chamamos de alteridade, que é a percepção do outro, saber que o outro existe e que ele faz parte do mundo. O outro sente dor como eu, isso acontece com as crianças bem pequenas nas escolinhas, quando elas, de repente, aprendem que o amiguinho morde e o amiguinho que morde percebe que aquele que foi mordido chora e que aquilo dói, e que se ele morder de volta, [vai doer]. Isso é tudo mídia primária. Então, a falta desse espaço presencial vai trazer, provavelmente, consequências naquilo que já é bem lesado na nossa cultura contemporânea, que é o sentimento de alteridade.

Vamos pegar um exemplo desagradável: a declaração de uma certa figura de Brasília diante da morte do jornalista inglês e do indigenista brasileiro demonstrando indiferença. Isto é falta de alteridade e de empatia. Significa que fizeram uma maldade com eles, e ele não expressou, em nenhum momento, dor, solidariedade, empatia.

A alteridade é feita também de empatia e a empatia é uma coisa que nós, como seres vivos, desenvolvemos. Não somos nós, humanos, existem pesquisas que mostram que os primatas também têm empatia - que outros primatas, nós somos primatas também -, chimpanzés, babuínos, bonobos, macacos rhesus e assim por diante.

Então, a transferência, ou pelo menos a hegemonia dos meios terciários, que são os meios eletrônicos, vai trazer possivelmente - se a gente não promover ações preventivas -, uma maior perda de empatia e uma perda do sentimento de alteridade. Isso se manifesta, às vezes, no dia a dia. Por exemplo, no transporte público: vê uma pessoa frágil, de repente, eu estou sentado e vejo uma mãe com uma criança no colo, ou uma pessoa mais idosa, ou uma pessoa que está visivelmente doente e não está se sentindo bem, e eu fecho os meus olhos e continuo sentado. Ou, então, aquela famosa lei, muito comum no Brasil, de 'tem uma vaga lá, estou vendo que tem um carro para ocupar aquela vaga, aí eu entro rapidinho e ocupo a vaga antes do outro carro, que possivelmente estava na frente'. Tudo isso significa perda de alteridade.

Uma ecologia da comunicação e uma ecologia da imagem - claro, a imagem também é comunicação - vão ter que lidar com essas coisas. Comunicação não é só informação, comunicação é relação com o mundo. O mundo tem pessoas, então, a pandemia trouxe até um alerta para a gente modificar um pouco as coisas que já estavam caminhando nesta direção, na perda de alteridade.

**Seguindo, professor, nós estávamos até lembrando de quando tivemos aulas e nós vimos que a rápida distribuição de imagens só foi possível graças à eletricidade, a gente comentou que isso abriu portas para a mídia terciária. Enquanto antes as pessoas olhavam o mundo através das janelas, com a revolução da tecnologia, elas passaram a observar por meio dessas telas retangulares. Inclusive, isso é mencionado no livro “O Pensamento Sentado”. Agora, pensando no avanço dessas novas tecnologias, será que é possível prever o futuro das imagens?**

É interessante a gente tentar fazer esse cenário, mas faz parte do humano e do pensamento ecológico. O pensamento ecológico é um pensamento construtor de cenários. O que é a ecologia? A ecologia é pensar um ambiente, a partir de onde vem e para onde vai. Então, para onde estamos indo, ‘é por aí que nós queremos’? Isso é o pensamento ecológico.

A gente fala, por exemplo: ‘estão desmatando a Amazônia’. O atual governo fala: ‘vamos tirar os minérios, vamos extrair tudo o que é possível, vamos vender a madeira’. Sem pensar que, daqui a 50 anos, não vai ser a madeira que vai valer, mas vai ser todo o oxigênio que é produzido por essa floresta e o CO<sub>2</sub>, que é absorvido por essa floresta para o planeta. O grande valor não vai ser a madeira, mas vai ser o oxigênio, o ar do planeta.

Por isso, a gente tem que pensar em cenários, fazer cenários - o pensamento ecológico nos obriga a fazer cenários. Como vai ser se a gente seguir por esse caminho, por outro caminho como é que vai ser.

E a questão da imagem, no caso a imagem midiática, que é o tipo de imagem com o qual nós convivemos hoje, todos os dias, que é a imagem produzida pelos meios de comunicação de massa - está no celular, no computador, nos jornais, está em todos

os lugares -, tem um valor econômico financeiro inestimável. Então, ela produziu fortunas, e ela continua produzindo fortunas. Não é a televisão em si, é o próprio conceito de dinheiro, o próprio dinheiro tem imagem hoje.

Já há economistas trabalhando dentro dessa visão mais ecológica da moeda, da riqueza do mundo. A riqueza do mundo é virtual. Os bancos colocam fortunas, da noite para o dia, essas fortunas são duplicadas, isso a partir de imagens, dizendo que vai cair a bolsa, vai subir a bolsa. As grandes fortunas, hoje, são produzidas por imagens: Facebook, Twitter e Instagram - são as maiores fortunas do mundo, são fortunas de imagens, são imagens de fortunas, não são mais fortunas iguais às do Tio Patinhas, que tinha o cofre forte e que nadava nas moedas. Não existe isso, o cofre onde se guarda a riqueza. O cofre é uma imagem de cofre e a riqueza é uma imagem da riqueza.

Por isso que uma teoria da imagem, e sobretudo uma ecologia da imagem, hoje, uma teoria ecológica da imagem, vai ter que lidar com esses cenários futuros de o que é que esta economia mundial, para onde esta economia mundial está nos levando. E, é claro, a grande metáfora da iconofagia é justamente essa, a imagem está nos devorando, devorando a nossa vida no momento em que ela nos transforma em imagem.

**Analisando a atual reprodução frenética de imagens, às vezes com a intenção do dinheiro, mas nem sempre, quais são as consequências desse consumo frequente? Por exemplo, um acontecimento vira notícia, normalmente é uma tragédia. Essas imagens aparecem em *looping* em todos os noticiários. Então, a gente já sabe que tem a questão do dinheiro, mas qual é o impacto disso na vida do telespectador? Como é que as imagens reproduzidas por todos os veículos, o tempo inteiro, refletem no próprio indivíduo? Seria uma falta de empatia, uma isenção do tipo "está tão banalizado que já não me afeta mais"?**

Isso é interessante. Existem bons estudos desde a metade do século passado, estudos sociológicos, na área da Psicologia, sobre a reação das pessoas diante desse excesso, diante da violência das imagens, estudos sobre televisão e violência, violência e imagem.

Eu mesmo organizei um evento no ano 2000, juntamente com o filósofo e sociólogo alemão Dietmar Kamper, no Sesc Vila Mariana, sobre imagem e violência, com participantes internacionais, da França, da Espanha, da Alemanha e do Japão, sobre essa relação entre imagem e violência, sobre a violência das imagens e as imagens da violência. Então, há muitos estudos sobre isso e, é claro, os estudos servem para nos amparar na nossa reflexão, e a nossa reflexão serve para nos amparar na nossa ação. A ciência não foi feita para ficar guardada nos livros, ela foi feita para nos orientar na vida.

É claro que um poderio financeiro do tamanho do Twitter, do Instagram, ou outros canais diversos, não estão interessados naquilo que eles estão produzindo, nas consequências do amanhã e depois de amanhã. Eles estão interessados apenas na produção do dinheiro, agora. Eles são antiecológicos e essa consciência é que nós vamos ter que desenvolver, nós comunicadores, nós jornalistas, nós produtores de imagens, nós profissionais de multimídia. Essa consciência nós vamos ter que desenvolver. Os meios hoje não são ecológicos, eles são antiecológicos e é claro que isso vai incomodá-los profundamente, porque na medida em que esse pensamento se espalhe, nós vamos ser muito mais exigentes com relação ao que abrir, quando e quanto tempo da nossa vida nós entregamos a estas imagens.

**Inclusive, nesse contexto, em alguns dos seus trabalhos o senhor menciona que os jovens são transformados em "mercados", uma vez que são "entregues ao assédio das imagens e apelos do consumo". O recente aumento de cirurgias plásticas em 141% em adolescentes de 13 a 18 anos, coincidindo com o crescimento de plataformas como Facebook e Instagram, que possuem filtros de selfie, seria um desses casos, onde jovens cedem à pressão da imagem e do apelo para o consumo?**

Não tenha dúvida. A cirurgia plástica é um dos aspectos e também as maquiagens, todo o mercado de *makeup*, que ninguém desse mundo dos negócios ignora hoje em dia. Então, tudo isso faz parte deste processo, de querer se transformar numa imagem.

E mais do que os jovens, as crianças são grandes vítimas e, mesmo que não sejam vítimas das cirurgias plásticas, porque afinal de contas ainda existem os médicos,

ainda existe uma ética médica que não permite isso, elas são vítimas fáceis do consumo, da propaganda voltada para as crianças. Já existem iniciativas de proteção, de associações e organizações civis e ONGs que defendem, que criticam a propaganda indiscriminada, voltada para as crianças, e às vezes crianças bem pequenas.

**Pensando em televisão e nas imagens de violência que são transmitidas, especialmente nos chamados “jornalescos”, que atingem a grande massa, uma nova legislação da imprensa, mais democrática, seria uma possível solução na luta contra esse tipo de cobertura midiática? Por exemplo, a Lei de Meios, vigente na Argentina, quase sempre é citada como um modelo a ser seguido em nosso País.**

Eu acho que é necessário a gente pensar nisso. Nós não podemos falar em legislação no nosso País, onde o Congresso é a expressão do pior que existe no País. Nós temos que modificar esse Congresso, temos que alterar a composição desse Congresso, porque os que vão para Brasília são extratores de facilidades do Estado. Eles querem arrancar o máximo possível para si próprios. Eles podem ser comprados pelas grandes empresas para defender seus interesses, por exemplo, empresas de medicamentos e empresas de mídia compram deputados para não votar contra determinados projetos. Então, é um caminho, vamos dizer assim, duvidoso, a mudança da legislação.

Eu acho que vai ser mais fácil a gente mudar a mentalidade das pessoas, do que mudar a legislação aqui no nosso País. Existe uma diferença abissal entre Brasil e Argentina. A Argentina é um país alfabetizado, tem uma tradição, é um país que lê, que tem escolas públicas, universidades públicas, e que não privatizou. É certo que economicamente a Argentina passa por grandes dificuldades agora, mas o Chile por exemplo ou o Uruguai, são países onde a gente ainda pode acreditar na legislação. Aqui no Brasil não sei se a gente pode esperar alguma coisa das mudanças de legislação.

O próprio aparato jurídico do País, com o Supremo Tribunal Federal e com juízes e juízas que têm produzido absurdos, porque são parte de um esquema comprável, corruptível, em certo sentido, sem formação humanística sólida. Por exemplo, a juíza

que proibiu o aborto de uma menina, de uma criança, que foi estuprada e que engravidou. O que pensa uma juíza dessa? Então isso é o retrato do País. O que nós podemos esperar? Uma juíza! Alguém que estudou na universidade, fez possivelmente pós-graduação e fez uma coisa dessa. Então, acho que não seja pela legislação que a gente deve esperar, mas talvez seja pelas mobilizações populares, pelo crescimento de uma nova mentalidade, mais ecológica.

**Pelo que a gente aprende no trabalho do professor, talvez uma formação crítica para a mídia seja um caminho melhor para o nosso País, concorda? Começar esse ensinamento antes, na escola?**

Exatamente. E o crescimento da mídia não-hegemônica tem sido fundamental. Por exemplo, o que fez o *The Intercept Brasil*, ou então o que fez o *El País*, o que de certa forma nos ajuda a fazer, por exemplo, a *BBC*, a *Deutsche Welle*, que são quase mídias hegemônicas, mas é uma mídia hegemônica crítica. Então, o crescimento de pequenas iniciativas de mídia crítica pode ser uma coisa desejável e talvez isso aconteça num futuro vislumbrável. Nós não podemos pensar mais em daqui a 200 anos, nós não temos mais 200 anos, talvez o planeta não tenha mais 100 anos de prazo para mudar esta cultura e essa mentalidade. Pensar em 2030, por exemplo, para a redução de CO2 e redução de desmatamento, é muito longe, tinha que ser agora, ontem.

Antes da pandemia, no começo de 2019, me encontrei com um biólogo importante na Alemanha, um país muito crítico. Ele era um autor que tinha livros publicados pelas grandes editoras da Alemanha, e ele falou assim: "Olha, a situação é tão crítica, que as editoras não querem mais me publicar, porque me consideram um alarmista pessimista. Nós não temos mais o direito de ter um filho, as famílias não podem mais ter filhos agora, daqui para frente. Nenhum. A política de um filho que a China implantou em uma época já era suicida para o planeta".

Essa é a opinião dele, fundamentada com estatísticas e cálculos, de que nenhuma família hoje tem direito de ter filhos, porque o planeta já está explodindo, já não dá conta. É de uma de uma tragicidade tão grande isso, que as editoras falaram "nós não podemos publicar, porque vai alarmar ainda mais a população". Mas isso não é alarmar, na verdade é, de fato, encarar a realidade. Estamos caminhando para o

pior cenário nas opções da humanidade, da civilização humana, por conta do capital financeiro, que produz imagens e mais imagens e mais imagens, vendendo que está tudo bem, quando na verdade não está tudo bem.

**Seguindo nessa mesma linha, onde o biólogo não consegue publicar o seu texto, em “A mídia antes da máquina”, o professor dá maior enfoque ao corpo e à sua habilidade de se comunicar com o ambiente, trazendo a perspectiva de corpos como meios de comunicação. Será que estamos em um momento sombrio onde a escrita está sendo barrada e talvez o corpo seja uma alternativa na busca por alertar? Por exemplo, recentemente, uma mulher ucraniana fez um protesto contra a guerra na Ucrânia durante o Festival de Cannes. Nessa perspectiva, além de manifestações, quais seriam outras maneiras de expressar ou denunciar algo?**

Não é só o meio escrito que é barrado, não. Há mais de dez anos, quando ainda existia a Editora Abril, eles me convidaram para dar uma palestra lá, para a cúpula, para os editores-chefes, quando ela ainda era um conglomerado. Quando eu fiz os cenários de uma ecologia da comunicação, disse pra eles: "Vocês não estão formando leitores. Vocês são uma editora, produtos de mídia secundária. Vocês não estão formando leitores, vocês estão formando 'desleitores', vocês estão 'desensinando' as pessoas que já sabem ler. E, com isso, vocês estão matando a galinha dos ovos de ouro".

Nunca mais me convidaram para falar nada, para ninguém, da Editora Abril. Isso é só para dar um exemplo antigo, que não é só na escrita. Na televisão é a mesma coisa. A televisão não vai te colocar lá se você tem uma visão muito crítica. No rádio é a mesma coisa. Ou seja, a mídia hegemônica, toda ela, vai te censurar. Vai nos censurar. Enfim, a gente tem que pagar o preço, ou ganhar o salário e se calar um pouco, se calar dentro da medida do possível.

***[Milton Pelegrini, professor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, líder do grupo de pesquisa Mediações Telemáticas e editor da revista Nhengatu]: O professor Norval criou o curso de Multimeios na PUC-SP. E, nesse curso, ele criou uma disciplina chamada Futurologia. Era o primeiro curso, acho que no Brasil, que tinha uma disciplina cujo sentido era olhar para***

**o futuro. Olhar para a frente, sobretudo, olhar para esses ambientes tecnológicos, em que o futuro é muito curto. Quer dizer, se você tem um computador hoje, ou um celular, em 6 meses ele está desatualizado. E se você não souber disso, como comunicador, você está perdido, porque é necessário fazer um cenário futuro. E essa disciplina aconteceu no curso de Multimeios durante alguns anos. Diante dessa frenética produção de informação, que nos soterra diariamente por todos os veículos de comunicação - e são sempre as mesmas imagens -, eu fico imaginando que nós estamos sofrendo, como se estivéssemos vivendo somente no presente, perdendo a capacidade de criar cenários futuros ou de compreender a nossa própria história. É plausível considerar isso, professor, de que nós estamos como alguém com Alzheimer, que está preso a um presente impossível?**

É uma questão filosófica, essa. Kamper foi o grande pensador desse assunto, ele tem um livro chamado "A estética da ausência". Na verdade, nós não estamos presentes, nós não estamos no presente. Nós estamos fugindo do presente. Segundo Kamper, a maior dificuldade do nosso tempo é justamente estar no presente. Porque esse presente é sensorial. Eu sinto o cheiro da fumaça das cidades, sinto a poluição, o barulho, o inóspito das nossas casas, um monte de prédio, um do lado do outro e portanto não recebem sol e assim por diante. E tudo isso é o estar no presente, e as imagens nos tiram desse presente. A gente vive a fúria do futuro. Em nome de um futuro imagético, esse futuro está enfurecido. Tudo a gente joga para o futuro. É um futuro imagético, não é um futuro real.

Se a gente viver no presente e sentir esse presente, a gente vai ver que o futuro em que estamos plasmando, fisicamente, para o planeta, para os nossos corpos, para a nossa saúde, para a nossa sociabilidade, para a nossa sociedade e para a nossa civilização, é um futuro catastrófico. Então, por que a ideia do presente nos seduz?

Certa vez, Kamper foi convidado por uma agência de publicidade para dar duas conferências. E aí ele pergunta sobre o que deve ser a conferência. Em resposta, lhe dizem: "Sobre o que o senhor quiser falar." Pagaram um cachê 10 vezes maior do que se costumava pagar quando ele dava conferências em outros lugares. Então, ele foi dar a primeira conferência e falou sobre a maior dificuldade do homem hoje, que é estar no seu presente. O que significa estar no presente? O meu corpo está



aqui, o meu corpo está com sono, o meu corpo está com fome, o meu corpo está com tesão, o meu corpo está com vontade de abraçar. Então eu estou aqui no presente, eu estou habitando o meu presente. E essa é a maior dificuldade do homem hoje.

A gente está aqui, mas a gente está pensando no compromisso que vai ser daqui meia hora e depois tem que fazer não sei o que daqui uma hora, e tem que fazer não sei o que amanhã. Eu estou sempre com uma listinha de coisas, "responder para não sei quem", "escrever para não sei quem", "fazer reserva não sei onde", "comprar não sei o que", tudo isso me jogando para o futuro. E o futuro, este futuro imagético, está nos devorando. Eu escrevi um artigo sobre a fúria do futuro e falei no Sesc, fiz uma palestra, está no YouTube, sobre a fúria do futuro, que é destrutiva, simplesmente destrutiva. Mas não é um futuro real, é um futuro imagético, um futuro de promessa. Então esse mundo, o mundo da economia financeira é um mundo de promessa.

O que fazem os norte-americanos, que são o povo mais atrasado do planeta hoje? Acabaram de terminar com a liberdade do aborto para as mulheres que não querem ter filhos. A ideia de que eu preciso ter uma arma para me defender é um falso futuro. Diante de um bandido que tem um fuzil, um rifle, eu ter uma pistola significa um falso futuro, um futuro imagético, um futuro heróico, completamente oco, vazio. Então, em vez de coibir as armas, eles querem aumentar as armas, permitir que os professores vão para a escola armados. Isso é o atraso civilizacional provocado pela era da imagem e pela era do capital financeiro. É o atraso civilizacional. A própria guerra da Ucrânia. O que é essa guerra? É a OTAN armando todos os países em volta da Rússia, e é claro que os russos não vão ficar felizes com isso. Para que armar? Para que se preparar para uma Terceira Guerra Mundial? Então, a própria mídia chega e fala: "A Ucrânia e as crianças...", contra toda a violência, sem dúvida. Mas ninguém analisa a raiz do problema. Então, é esse pensamento ecológico que é fundamental hoje.

**[Milton Pelegrini]:** Concordo plenamente. Eu estava imaginando que esse futuro está desenhado pela "inteligência artificial", não foi desenhado por nós, como sociedade, como pessoas. São as máquinas escrevendo isso. O professor Ladislau Dowbor fala sob um ponto de vista econômico. Ele fala sobre a necessidade de um

decréscimo econômico. Não é possível ter um futuro infinito dentro de um mundo finito.

**No filme *O Enigma de Kaspar Hauser* (1974), de Werner Herzog, o "isolamento social" do protagonista pode ser interpretado hoje pelo distanciamento social oferecido pelos aplicativos. Ou seja, a sensação de estar no mundo sem estar nele. Será esse o futuro dessa civilização: ter o sentimento de não pertencimento mesmo estando inseridos dentro da sociedade?**

Interessante. Metáfora bonita essa. Eu não me lembrava mais desse filme do Werner Herzog, mas é uma metáfora, realmente. Talvez nós estejamos nos transformando em Kaspar Hauser, cada um no seu cantinho, com seus próprios lobos, alimentados pelas lobas.