

QUER QUE DESENHE?
VÍNCULOS, ÓDIO E A SUPERAÇÃO DO RACIOCÍNIO BASEADO EM TEXTOS¹

DO YOU WANT ME TO DRAW IT FOR YOU?
BONDS, HATE AND THE OVERCOMING OF TEXT-BASED REASONING

Vinicius Souza²

Resumo

As imagens, para Barthes, sempre foram abertas a interpretações divergentes. Mas os textos objetivos, como os jornalísticos, não deveriam ser. O motivo é a forma de pensamento baseada em textos, a tempo-histórico-linear, que pressupõe uma relação da causa e efeito. Temos visto, contudo, um mesmo texto sendo compreendido e usado de maneira oposta por pessoas de vinculação ideológica e imaginários diferentes. A razão pode estar na teoria de Flusser de que estaríamos retornando ao raciocínio baseado em imagens: o mágico-imagético-circular. Essa hipótese e sua relação com as fake news é analisada a partir de discussões sobre materiais jornalísticos e pressupostos teóricos de Baitello Jr, Contrera, Marcondes Filho, Carr e Durand.

Palavras-chave: Forma de pensamento Mágico-imagético-circular. Forma de pensamento Tempo-histórico-linear. Vínculos. Impacto emocional. Fake news.

Abstract

Images, according to Barthes, have always given room to different interpretations. But objective texts, such as journalistic articles, should not be like this. The reason for that is text-based form of thought, which is temporal-historical-linear and presumes a cause and effect relation. However, we have seen one single text being understood and used in opposite ways by people with different ideological and imaginary backgrounds. This can be explained by Flusser's theoretical proposition that we may be returning to image-based reasoning: the magical-imagetic-circular one. This hypothesis and its relationship with fake news will be analysed on theoretical assumptions of Baitello Jr., Contrera, Marcondes Filho, Carr and Durand.

Key words: Magical-imagetic-circular form of thought. Temporal-historical-linear form of thought. Bonds. Emotional impact. FakeNews.

¹Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 7, Imaginário e Vínculos, do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018. Versão anterior e diferente desse artigo com o título Quer que desenhe? A leitura de textos como se fossem imagens, foi publicado no livro Jornalismo e Estudo Midiáticos – Memória, Organização: Jorge Pedro Sousa. Porto, Portugal, Edições Universidade Fernando Pessoa, 2018.

² Vinicius Souza é jornalista, fotógrafo, pesquisador e professor na UFMT. Bacharel em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero, de São Paulo, tem também mestrado e doutorado pela Universidade Paulista – Unip, com bolsa sanduíche na Universidade Fernando Pessoa, em Portugal. É ainda cofundador e colaborador da MediaQuatro (www.mediaquatro.com) e do coletivo de jornalismo independente Jornalistas Livres (www.jornalistaslivres.org). Email: vgpsouza@uol.com.br.

Introdução

O desenvolvimento da representação simbólica, há alguns milhares de anos, é um marco fundamental na separação entre a espécie humana e todas as demais que compõem a fauna deste planeta. Provavelmente também é aí que surgem as religiões, já que as primeiras imagens teriam sido feitas para vencer o medo da morte, criando seres da noosfera (a esfera do imaginário) que sobrevivam a nós mesmos. “E os seres que ele cria nesta realidade paralela recebem tal investimento de crença que passam a determinar mesmo a vida do homem” (Baitello jr, 2005, p.48). A origem, a forma de funcionamento, o uso e o impacto emocional das imagens está, a meu ver, no centro de fenômenos contemporâneos como as fake news e a nova ascensão mundial do fascismo.

Foi a partir da representação simbólica que conseguimos associar uma imagem e, mais tarde, um conjunto de letras, por meio de sistemas menos ou mais complexos de codificação, a um determinado objeto ou conceito abstrato. Nenhum outro animal consegue identificar o desenho de um círculo sobre cinco linhas conectadas (uma vertical e quatro oblíquas, sendo duas à esquerda e duas à direita) como um homem e, muito menos, a sequência dos quatro caracteres “G”, “A”, “T” e “O” como a representação de um felino doméstico na língua portuguesa. É por meio da representação simbólica que criamos as narrativas, ficcionais ou baseadas em fatos, nas quais registramos, transmitimos e compartilhamos conhecimentos e percepções sobre o mundo em que vivemos.

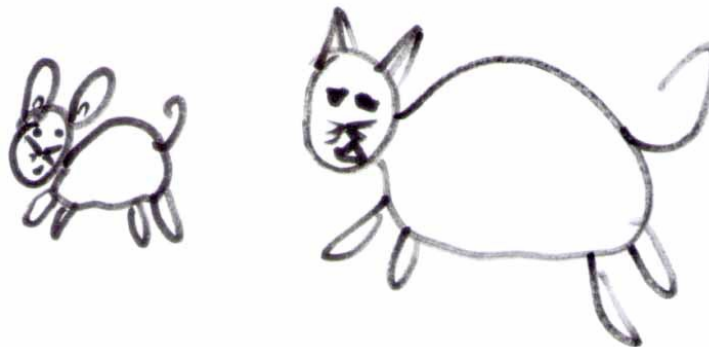
Nos primeiros 40 mil anos dessa trajetória, contávamos, além da comunicação verbal e da gestual – que não podiam ser registradas –, apenas com desenhos e esculturas na base de nosso raciocínio simbólico. Com a codificação cada vez maior das figuras e sua transformação em letras, palavras e frases, iniciada há aproximadamente 10 mil anos, tivemos de modificar nossa própria forma de pensamento para se adequar à nova linguagem, sem jamais abandonar completamente a forma anterior. Dessa maneira, ainda que convivam, há duas formas diferentes de raciocínio: 1) o baseado em imagens, denominado mágico-imagético-circular; 2) o que se baseia em textos, chamado de texto-histórico-linear. A primeira forma, devido à sua própria origem de religião e crença, tem sua força no impacto emocional e sempre foi mais suscetível a interpretações diferentes. A segunda deveria ser, em tese, mais racional e “literal”, deixando ao leitor pouca ou nenhuma margem para interpretações muito diversas das pretendidas pelo autor, mas também mais adequada à

reflexão e compreensão dos fenômenos. Contudo, não é isso que temos presenciado atualmente.

O pensamento mágico-imagético-circular

As imagens fotográficas, explica Roland Barthes (1990), sempre estiveram abertas a interpretações divergentes: o chamado paradoxo fotográfico. Os elementos denotativos, aqueles que aparecem na imagem, são os mesmos para qualquer pessoa, mas seus significados (conotação) dependem do repertório interno pessoal e da cultura do local em que cada um de nós vive. É por meio dos elementos conotativos que damos o juízo de valor sobre as imagens. Exemplificando: ou há um elefante cor-de-rosa no centro da foto (elemento denotativo), ou não. Mas o que esse elefante representa? Qual seu significado? Para uma criança ocidental, ele pode representar um personagem de desenho animado. Já para uma criança indiana, a mesma imagem pode ser interpretada como a representação visual de um deus hindu, Ganesha. Tomemos como outro exemplo a pretensa ilustração infantil a seguir (Figura 1), de autoria própria.

Figura 1



Rato e gato

Como diz a legenda, temos a figura de um rato seguida pela de um gato. É através da imaginação simbólica que conseguimos identificar essas figuras com os animais correspondentes, seja no suporte físico, seja em nosso imaginário interno.

A consciência dispõe de duas maneiras para representar o mundo. Uma *directa*, na qual a própria coisa parece estar presente no espírito, como uma percepção ou na simples sensação. A outra *indirecta* quando, por esta ou por outra razão, a coisa não pode apresentar-se <<em carne e osso>> à sensibilidade [...]. Em todos esses casos, de consciência indirecta, o objeto é *re-presentado* na consciência por uma *imagem*, no sentido muito lato do termo (Durand, 1995, p. 7).

O desenho, nesse caso, representa um rato e um gato. Mas o que ele significa? Fazendo uma analogia com as teorias de Barthes (1990), podemos analisar uma imagem pelo sistema denotativo-conotativo. Os elementos denotativos estão claros: um rato à esquerda e um gato à direita. Os conotativos, no entanto, dependem de nosso repertório interno, tudo o que aprendemos durante a vida, nosso imaginário individual e coletivo e o contexto cultural em que vivemos. Como ocidentais, provavelmente tenhamos, por boa parte de nossas vidas, assistido a programas infantis na televisão nos quais, na maioria das vezes, gatos são apresentados perseguindo ratos. O imaginário ancestral de predadores e presas transformado no clichê de Tom e Jerry. Há, portanto, uma boa chance que nossa interpretação dessa imagem seja: o gato caça o rato. No entanto, existem outras possibilidades como: gato e rato brincando, o rato guia o gato, apenas um rato e um gato, etc.

De fato, as primeiras narrativas humanas registradas não eram textuais, mas imagéticas. Elas remontam há pelo menos 50 mil anos, como comprovam os desenhos pictóricos, pinturas rupestres e estênceis de mãos encontrados em cavernas na África, na Ásia, na Europa e no Brasil. Essas imagens eram a base do que o filósofo tcheco-brasileiro Vilém Flusser (2008) chama de “pensamento mágico-imagético-circular”. Trata-se de um modo de raciocínio pelo qual qualquer pessoa, mesmo com pouca instrução, pode obter informações a partir das semelhanças entre os objetos que conhece e sua representação imagética. No pensamento mágico-imagético-circular, o olhar circula pela imagem, retirando dela seus significados de uma única vez.

O vaguear do olhar é circular: tende a voltar e contemplar elementos já vistos. Assim, o ‘antes’ se torna ‘depois’, e o ‘depois’, se torna ‘antes’. [...] Ao circular pela superfície, o olhar tende a voltar sempre para os elementos preferenciais. Tais elementos passam a ser centrais, portadores preferenciais do significado. Desse modo, o olhar vai estabelecendo relações significativas. [...] O tempo que circula e estabelece relações significativas é muito específico: o tempo da magia. Tempo diferente do linear, o qual estabelece relações causais entre os eventos. [...] O significado das imagens é o contexto mágico das relações reversíveis. O caráter mágico das imagens é essencial para a compreensão das suas mensagens. (Flusser, 2009, p. 8).

Com a introdução da fotografia, há quase 200 anos, a criação de imagens extremamente semelhantes a seus referentes tornou-se bem mais fácil, a ponto de as pessoas confundirem cotidianamente uma foto com um objeto que ela representa. “A imagem não é o real; mas ela é pelo menos seu perfeito *analogon*, e é precisamente esta perfeição analógica que, para o senso comum, define a fotografia” (Barthes, 1990, p. 11). Já para Flusser (2009),

que chama a fotografia de “imagem técnica”, seu uso cada vez mais comum e difundido vem reforçar ainda mais seu caráter mágico, e portanto ligado às crenças, influenciando decisivamente nas interpretações das mensagens, especialmente as difundidas pelos meios de comunicação da mídia terciária (Baitello Jr., 2005) como a Internet. As imagens midiáticas que irão compor a Mediosfera de que fala Malena Contrera (2010).

O caráter aparentemente não simbólico, objetivo, das imagens técnicas faz com que o observador as olhe como se fossem janelas, e não imagens. O observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos. Quando critica as imagens técnicas (se é que as critica), não o faz enquanto imagens, mas enquanto visões do mundo. Essa atitude do observador em face das imagens técnicas caracteriza a situação atual, onde tais imagens se preparam para eliminar os textos. (Flusser, 2009, p. 14).

O pensamento tempo-histórico-linear

O pensamento mágico-imagético circular foi hegemônico nas sociedades humanas por dezenas de milhares de anos. Somente por volta do ano 3000 a.C., com o advento das gravações cuneiformes dos sumérios e dos hieróglifos egípcios, é que as imagens se tornariam tão codificadas a ponto de deixarem de transmitir uma ideia sozinhas para serem alinhadas a outras imagens, de modo a representarem, juntas, sons e palavras, que podem ser reconhecidas por quem foi instruído em seus códigos para a obtenção de informações e narrativas. É o início da língua escrita, cuja tecnologia irá mudar substancialmente o próprio cérebro humano, despertando conexões neurais até então subaproveitadas.

Os leitores não ficaram apenas mais eficientes. Também se tornaram mais atentos. Ler um livro longo em silêncio exigia uma capacidade de concentração intensa durante um longo período de tempo, para se <<perderem>> nas páginas de um livro, como agora dizemos. Desenvolver essa disciplina mental não era fácil. O estado natural do cérebro humano, tal como o dos cérebros da maior parte dos nossos parentes do reino animal, é o de distração. (Carr, 2012, p. 85).

A partir dessa invenção, a hegemonia das imagens no registro das narrativas começa a recuar lentamente. O texto pressupõe uma forma de pensamento diferente, em que a complexidade da codificação apresentada exige o aprendizado de uma outra linguagem para a interpretação e a compreensão das mensagens. Segundo Flusser (2009), o raciocínio baseado em textos pode ser denominado de pensamento tempo-histórico-linear. Em vez de o olhar circular na imagem e retirar dela o significado de uma única vez, é necessário seguir a linha textual (em português, da esquerda para a direita), colocando os elementos em uma

indispensável ordem temporal (uma letra após a outra, uma palavra e depois a seguinte) para sua compreensão.

O pensamento baseado em textos, com todas as suas consequências, vai dominar a comunicação e o registro das narrativas pelos milênios seguintes através dos ensinamentos religiosos e laicos. O pensamento tempo-histórico-linear pressupõe uma relação de causa e consequência; começo, meio e fim; Gênesis, Evangelhos e Apocalipse. Não à toa, as religiões monoteístas aboliram o culto às imagens em favor de uma “literalização” da relação com o divino via textos (e, obviamente, seus intérpretes). Esse é o motivo pelo qual as religiões monoteístas proibem explicitamente o culto às imagens, trocando a idolatria amplamente vigente até então por uma textolatria, em que um pequeno grupo de líderes político-religiosos alfabetizados controlam as vastas populações iletradas.

Isso funciona tanto para textos “religiosos” quanto para “laicos”, como “O Capital”, de Karl Marx. Praticamente todo pensamento acadêmico e a maior parte dos registros jornalísticos são baseados em textos com as imagens sendo meros acessórios.

Os livros permitiam aos leitores comparar os seus pensamentos e experiências não apenas com preceitos religiosos, quer incorporados em símbolos ou transmitidos pelo clero, mas com pensamentos e experiências dos outros. As consequências sociais e culturais foram tão generalizadas como foram profundas, indo desde convulsões políticas e religiosas, ao surgir do método científico como meio central para definir a verdade e dar sentido à existência. (Carr, 2012, p. 95).

Retornando ao nosso exemplo inicial, podemos representar a ideia da Figura 1 em uma frase curta: o gato caça o rato. Diferente do desenho (e também de textos poéticos ou metafóricos como a Bíblia), no entanto, a sua compreensão não dá margem a outras interpretações. Contanto que a linha de letras e palavras seja corretamente seguida da esquerda para a direita e o leitor compreenda o significado em português de gato, caça e rato, ele jamais irá entender que os dois animais estariam, por exemplo, brincando. Assim deveria ser o jornalismo: direto, preciso e inequívoco. Mas não é isso que está acontecendo, a julgar pelos comentários em matérias, especialmente de cunho político, que temos lido tanto nos portais e sites dos veículos noticiosos como nas redes sociais. Se, como apregoa Flusser (2009), os textos estão sendo lidos como imagens, seu impacto será também mais emocional do que racional. É como se, dependendo da posição político-ideológica do leitor, o gato passasse de caçador a caçado e o rato de vítima a algoz. Ao associar textos verdadeiros com imagens forjadas ou textos mentirosos com imagens verdadeiras, temos uma peça de persuasão muito poderosa. São as fake news!

“Falta amor no mundo. Mas também falta interpretação de texto”

Em outubro de 2013, quando as vitoriosas manifestações de rua contra os aumentos nas passagens do transporte público, uma pauta de esquerda, já haviam passado da pesada repressão policial para passeatas gigantescas “contra tudo o que está aí”, com os militantes de camisa vermelha sendo expulsos por *skinheads* gritando “SEM PARTIDO”, o jornalista Leonardo Sakamoto escreveu essas duas frases simples (“Falta amor no mundo. Mas também falta interpretação de texto”) num *post* de sua página no Facebook³. Blogueiro do portal Universo Online – UOL, pertencente ao grupo do jornal Folha de S.Paulo, para o qual escreve diariamente sobre direitos humanos, o jornalista estava cansado de ter seus textos mal interpretados e utilizados para acusá-lo de “amigo de bandidos”, “apoiador de ditaduras”, “vendido ao comunismo”, “corrupto”, “herege”, “gaysista” (*sic*) e outras “qualidades” geralmente atribuídas a pessoas de vinculação política à esquerda por partidários da extrema direita. A postagem teve mais de 13 mil reações, 2.523 compartilhamentos e 307 comentários, muitos dos quais chamando Sakamoto de arrogante ou de péssimo redator, e muitas outras em que, obviamente, o leitor simplesmente não entendeu o que ele quis dizer⁴.

Em fevereiro de 2016, ele utilizou novamente as duas frases como título de uma nova postagem⁵ em que reproduzia a capa (Figura 2) de um jornal da cidade de Belo Horizonte, *Edição do Brasil*, com uma foto sua e a manchete: “Cientista Político diz que aposentados são inúteis à sociedade”. Sakamoto processou o jornal por calúnia e difamação, mas o texto foi reproduzido de forma viral numa infinidade de perfis e blogs de direita, como costuma acontecer com as *fake news*.

Na postagem, Sakamoto (2016) esclarece que:

Publiquei no blog, no dia 30 de dezembro, o texto ‘Três formas para convencer os pobres que aumentar o salário mínimo é ruim’ – uma crítica aos discursos contrários ao reajuste. Daí o jornal Edição do Brasil, de Belo Horizonte, pegou o texto e, por falta de interpretação de texto (ou de amor), não entendeu ou quis

³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/leonardo.sakamoto/posts/717734928255067>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

⁴ Outra postagem de Sakamoto na mesma linha, e que recebeu uma enxurrada de impropérios e desejos de morte, foi comentada por ele no dia 15 de maio de 2018 no post intitulado “O caso da PM e do ladrão: você também comenta sem ler nas redes sociais?” <<https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2018/05/15/o-caso-da-pm-e-do-ladrao-voce-tambem-comenta-sem-ler-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 30 out. 2018.

⁵ Disponível em: <<https://www.facebook.com/leonardo.sakamoto/photos/pb.335237883171442.-2207520000.1463304597./1220478831314005/?type=3>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

entender e publicou a manchete abaixo. Como se as ironias – que até uma morsa com narcolepsia entenderia – fossem verdade.

“Não adianta culpar o MBL, a pergunta está clara”

Um dos principais grupos de direita a surgir na esteira dos protestos de 2013 e a se consolidar na campanha pelo *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff nos anos seguintes foi o Movimento Brasil Livre – MBL⁶. Fundado no final de 2014 com um nome construído propositalmente para criar confusão com o Movimento Passe Livre – MPL, responsável pelas primeiras manifestações contra os aumentos nas passagens de transporte público em 2013, o grupo se define como liberal na economia e conservador nos costumes. Em 2015, com uma boa estrutura financeira – até hoje bastante nebulosa⁷ –, conseguiu, junto a outros grupos de direita, levar milhões de pessoas às ruas “contra a corrupção”. Devido em parte à enorme visibilidade que as manifestações tiveram nos grandes jornais e nas redes de TV e rádio (quase que na totalidade alinhados à direita), em 2016, o MBL elegeu vários de seus membros, por meio de diversos partidos, em prefeituras e câmaras municipais por todo o Brasil. Esse ano, seu principal líder, Kim Katagiri, foi eleito deputado federal pelo Democratas.

Na última semana de março de 2018, uma investigação⁸ feita pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura – Labic, da Universidade Federal do Espírito Santo – Ufes, mostrou que o MBL ajudou a impulsionar as notícias falsas contra a vereadora Marielle Franco, executada no Rio de Janeiro em 14 de março num crime ainda sem solução, por meio de dois veículos digitais: a página Ceticismo Político e o JornaLivre (mais um nome criado para confundir os leitores menos atentos com o coletivo Jornalistas Livres, de esquerda).

Acostumado a produzir e disseminar *fake news*, naquele mesmo mês o MBL se viu vítima da dificuldade de seus consumidores habituais de “notícias” em compreender uma enquete bastante simples. Em 9 de março de 2018, o grupo decidiu fazer uma pesquisa *on-line*

⁶ Disponível em: <<http://mbl.org.br/>> e página de Facebook em <<https://www.facebook.com/mblivre/>>. Acesso em: 25 mar. 2018.

⁷ Uma das melhores matérias sobre o fluxo financeiro da entidade foi realizada pelo jornal *El País* Brasil em setembro de 2017 (disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/26/politica/1506462642_201383.html>. Acesso em: 25 mar. 2018. A associação não tem um registro formal nem ata de suas reuniões, nem informa o volume de dinheiro que movimenta ou suas fontes. Para conseguir realizar a venda de camisetas, canecas e bonecos infláveis de seus desafetos, eles usam uma organização privada teoricamente sem fins lucrativos, registrada em nome de um dos seus fundadores e parentes, chamada Movimento Renovação Liberal – MRL. Juntos, os sócios respondem a 125 processos na Justiça brasileira.

⁸ Veja matéria a respeito em: <<https://jornalggn.com.br/noticia/investigacao-mostra-que-mbl-impulsionou-fake-news-contra-marielle>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

entre seus quase dois milhões de seguidores no Facebook para verificar quais seriam os pré-candidatos com maior rejeição. A enquete⁹ trazia fotos de oito candidatos (sendo que o líder nas pesquisas de intenção de votos, na época, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores – PT, aparecia atrás de grades que simulavam uma prisão¹⁰) e a pergunta: “Em qual desses candidatos você jamais votaria?”. O natural, pelo perfil político dos seguidores da página, é que os candidatos identificados à esquerda no espectro político recebessem mais votos. A imagem do então pré-candidato do PT foi inclusive colocada no canto superior esquerdo do quadro, em primeiro lugar, provavelmente para estimular o voto em sua rejeição. Mas o que aconteceu foi exatamente o oposto. Com poucos minutos no ar, o candidato de extrema direita Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal – PSL, despontava à frente dos demais com 65% dos votos.

Alarmados com os resultados contrários a um candidato de seu campo político, os administradores da página decidiram dar ênfase à palavra “JAMAIS” na pergunta, colocando os caracteres em letras maiúsculas. Mas isso não foi o suficiente. Conforme relato da jornalista Marie Declercq, em reportagem para a revista digital *Vice*¹¹, “para tentar remediar, o grupo fez outra transmissão no mesmo esquema, mas Bolsonaro continuou em primeiro lugar de rejeição com 56% dos votos. Aí todo mundo ficou nervoso”. Ela acrescenta em seguida que:

Alguns internautas revoltados acusaram o MBL de estar manipulando os votos e que o tipo de pergunta dificultou responder corretamente. O *social media* do grupo tentou apelar para que todo mundo lesse mais uma vez a pergunta, mas logo desistiu e culpou o Partido dos Trabalhadores. ‘Por essa enquete dá pra ver como o PT destruiu a educação brasileira. Pessoal não está lendo e já está respondendo. Não adianta culpar o MBL, a pergunta está clara’, respondeu no post algum *social media* evidentemente desgastado. Óbvio que o tiro saindo pela culatra do MBL acabou virando meme nas redes sociais. Será que a compreensão de texto, um dos maiores focos dos concursos públicos, é realmente um problema nacional?

2. Afinal, como lemos os produtos jornalísticos?

⁹ A enquete ainda está no ar, mas cada vez que a página é aberta, os votos são automaticamente zerados, de modo a impedir o acompanhamento da evolução da votação. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/mblivre/videos/836839569773521/>>. Acesso em: 30 out. 2018.

¹⁰ Para uma análise sobre as imagens do ex-presidente como presidiário construídas no imaginário brasileiro pelo MBL e grupos afim através da invenção do Pixuleco (um boneco inflável vestido com roupa listrada e com uma bola de ferro acorrentada aos pés), ver Souza, 2016, pp. 138-139.

¹¹ Disponível em: <https://www.vice.com/pt_br/article/xw5bdk/bolsonaro-saiu-com-65-de-rejeicao-numa-enquete-do-mbl-porque-seus-seguidores-nao-leram-a-pergunta-direito>. Acesso em: 15 mar. 2018.

É bem possível que tanto Sakamoto como Marie Declercq estejam certos: falta interpretação e compreensão de texto. Os motivos para isso, no entanto, talvez não sejam os governos recentes do PT, como alegou o administrador da página do MBL, nem a arrogância e redação ruim apontadas pelos críticos de Sakamoto. Da mesma forma, apesar de tentador, não me parece justo culpar os leitores que não entenderam um determinado texto como sendo “morsas com narcolepsia”. A resposta pode estar na forma como atualmente lemos os textos. Talvez a superabundância de conteúdos visuais a partir da invenção da fotografia esteja nos levando lentamente a ler os textos como se fossem imagens. No período contemporâneo, denominado por Flusser (2009) “pós-história”, estaríamos retornando ao modo de pensamento mágico-imagético-circular de forma hegemônica, já que de assessorias aos textos, as imagens cada vez mais estão tornando os textos assessorios. Como o próprio Flusser admite, os textos seguem existindo, mas de forma subserviente às imagens.

O receptor pode recorrer ao artigo de jornal que acompanha a fotografia para dar nome ao que está vendo. Mas ao ler o artigo, está sob a influência do fascínio mágico da fotografia. Não quer explicação sobre o que viu, apenas confirmação. Está farto de explicações de todo o tipo. Explicações de nada adiantam se comparadas com o que se vê. Não quer saber sobre causas ou efeitos da cena, porque é esta e não o artigo que transmite a realidade. E como tal realidade é mágica, a fotografia não a transmite: é ela a própria realidade. (Flusser, 2009, p. 57).

Até a década de 1980, apesar da maior utilização de imagens desde os anos 1960 por causa do advento da televisão (Sousa, 2001), a maioria dos projetos gráficos dos veículos impressos tinha como pressuposto uma distribuição espacial que seguiria, de certa forma, o pensamento tempo-histórico-linear. Dessa maneira, imaginava-se que como lemos da esquerda para a direita e de cima para baixo, as posições “mais nobres” na página para a colocação de blocos de texto, manchetes ou imagens seriam as das páginas à direita e, nelas, no canto superior direito. Isso vai cair por terra a partir de um amplo estudo realizado, em 1991, pelo *designer* gráfico Mario Garcia para o *The Poynter Institute for Media Studies* e complementado 15 anos depois no ambiente virtual. De acordo com suas pesquisas, nosso movimento visual de leitura de páginas (impressas ou digitais) com elementos gráficos não é o mesmo de um livro sem figuras. Numa página de jornal, por exemplo, desde os estudos do projeto “*Eye on the News*” sabemos que não existem zonas de visualização privilegiadas, mas sim diversos “pontos de entrada” do olhar guiados principalmente pelas imagens, fossem fotos, gráficos ou mesmo manchetes.

Em 2007, o *Poynter Institute* realizou um novo estudo abarcando também os veículos digitais. Entre as principais descobertas da pesquisa está o fato de que, 11 anos atrás, o índice de leitura *on-line* de matérias (77%) já ultrapassava os índices de leitura de jornais em formato tabloide (62%) e standard (57%). O mesmo estudo mostrou que 75% dos leitores de jornais impressos faziam uma leitura “metódica” dos textos, ou seja, liam linearmente as matérias do começo ao fim. Já os leitores *on-line* se dividiam meio a meio entre metódicos e *scanners*, ou seja, aqueles que passavam os olhos por todo o texto buscando palavras-chave que trouxessem mais rapidamente uma compreensão global sobre o assunto abordado.

De acordo com o estudo “*Eyes on the News*”, realizado por Garcia no instituto, para determinar o movimento dos olhos sobre as notícias, a leitura é feita em duas etapas. Na primeira, há um rápido escaneamento geral da página para o reconhecimento de seus principais elementos, como logotipo da publicação, gráficos, imagens (incluindo publicidade), manchetes e textos menores. Em seguida, há a leitura propriamente dita, iniciando-se pelos pontos de atração identificados, estejam onde estiverem. Desse modo, o olhar circula pelo espaço das publicações da mesma forma que sobre outros tipos de imagens no pensamento mágico-imagético-circular.

Em outra pesquisa mais recente (2014), com o objetivo de analisar novos modelos de negócios na indústria da comunicação na era digital, o jornalista e professor de mídias digitais da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM, de São Paulo, Caio Túlio Costa, apontou para a diferença geracional em nossas relações com os produtos jornalísticos digitais. Costa chama de “nativos analógicos” aqueles que eram adultos nos anos 1990 e tiveram a maior parte de sua educação baseada em livros (portanto, dentro do pensamento tempo-histórico-linear) e de “nativos digitais” os jovens pertencentes à Geração Z, que usam a Internet desde crianças.

Os nativos digitais apreendem o conhecimento de outra forma. Sua formação se dá com conteúdos digitais nas suas diferentes formas, seja na internet, seja nos aplicativos. Eles aprendem com a internet, com as séries de televisão, cinema, histórias em quadrinhos; além dos livros, é claro. Os nativos digitais também aprendem geografia em videogames, história em documentários, inglês com as músicas, conjuntura com os amigos nas redes sociais. Fazem contas com calculadoras. Nasceram praticamente portando endereço de e-mail ou um perfil em rede social. Usam celular desde criança e dominam, de forma intuitiva, o manejo dos mais diversos aparelhos tecnológicos. Um alentado estudo da ITU (International Telecommunication Union) divulgado em outubro de 2013, intitulado ‘Measuring the Information Society’, no seu capítulo 4, ‘Measuring the world’s digital native’, aponta que, em 2012, 30% da população jovem mundial (entre 15 e 24 anos) era formada de nativos digitais. [...] Em termos percentuais,

nos Estados Unidos, 95% dos jovens entre 15 e 24 anos são nativos digitais. No Brasil, 60%. (Costa, 2014, p. 59).

Ora, a maior parte das informações apreendidas por esses jovens, muitos dos quais estudantes universitários, incluindo os alunos de jornalismo, é não somente digital, mas principalmente visual, portanto mais afeita ao modo de pensar mágico-imagético-circular.

Carr (2012) vai seguir na mesma linha, lembrando que Marshall MacLuhan já intuía esses processos nos anos 1960, mas aprofundando as consequências da mudança tecnológica na própria configuração de nossos cérebros. Para ele, a internet e os aplicativos em smartphones estão levando grandes contingentes populacionais à quase incapacidade de leitura linear profunda e a um *scannear* circular constante dos olhos sobre as telas ou mesmo páginas em papel em busca de palavras ou imagens que tragam instantaneamente os significados que se pretende absorver.

Passados 550 anos, a imprensa e os seus produtos estão a ser afastados do centro da nossa vida intelectual para as suas margens. [...] A revolução electrónica está a aproximar-se do seu auge ao mesmo tempo em que o computador – pessoal, portátil ou de bolso – se torna o nosso companheiro constante e a internet se torna nosso meio favorito para armazenar, processar e partilhar informação em todos os formatos. [...] Uma nova ética intelectual está a tomar o poder. Os caminhos nos nossos cérebros estão mais uma vez a ser redesenhados. (Carr, 2014, pp. 100-101).

De fato, parece que uma nova ética está tomando de assalto o poder global, utilizando as novas tecnologias de comunicação associadas à força ancestral do impacto emocional das imagens. Conforme demonstraram recentemente os escândalos da *Cambridge Analytics* e sua influência na eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, na votação pela saída do Reino Unido da União Europeia, o Brexit, e no triunfo do “mito” Bolsonaro no Brasil¹², é relativamente fácil separar perfis de usuários das redes digitais para enviar *fake news* “sob medida” a grupos predispostos a acreditar em informações falsas que reforcem seus preconceitos sobre determinados assuntos ou grupos de pessoas. Baseadas em imagens, ou em textos lidos como imagens, o impacto emocional da leitura mágico-imagética-circular é brutal, praticamente impedindo uma racionalização de causa e consequência sobre o suposto fato apresentado. Como essa informação é rapidamente distribuída dentro de um mesmo

¹² Para uma boa reportagem sobre os métodos do “guru digital da nova direita”, Steven Bannon, e a ação da Cambridge Analytica nesses pleitos, além da suspeita de financiamento ilegal de disparos em massa de fake news via WhatsApp para a campanha de Jair Bolsonaro, veja o artigo de João Paulo Charleaux para o Nexo Jornal. < https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/10/18/Bolsonaro-a-suspeita-de-caixa-dois-para-espalhar-boatos?utm_campaign=anexo&utm_source=anexo>. Acesso em: 30 out. 2018.

grupo identitário, seu poder de vinculação e empoderamento do sentimento de pertencimento é enorme, especialmente com a perda de autoridade e credibilidade de instituições tradicionais como Estado, sindicatos, universidades, família, etc.

Na política, a manipulação implica relações de poder que têm a ver com toda a sociedade. Daí ser ela lá mais importante. Todo aquele que tem diante de si um veículo de comunicação (jornal, rádio, TV, filme) ou um público, realiza, na prática, uma forma de propaganda de ideias. Nas situações de público mais restrito e contato mais direto, ocorre uma forma de convencimento mais efetiva; nas situações permeadas por tecnologia de comunicação, o efeito é menor. (Marcondes Filho, 2009, p. 183).

Há menos de dez anos atrás, Marcondes Filho ainda não concebia o contato “direto” mediado por tecnologias como o WhatsApp. Os meios de comunicação que ele cita são todos do tipo mídia de massa unidirecional. Se nos EUA e Inglaterra os principais canais foram as redes sociais Facebook e Twitter (mais centralizadas e portanto de mais fácil rastreabilidade), no caso brasileiro o aplicativo primordial foi o WhatsApp, a ponto da observadora eleitoral da Organização dos Estados Americanos, a ex-presidenta da Costa Rica Laura Chinchilla, ter afirmado que somos o primeiro caso do uso do aplicativo para “difundir maciçamente notícias falsas”. Mas assim como nos casos precedentes, somos fruto da onda global de neoliberalismo associada ao autoritarismo. Nesse sentido, Moriti Neto (2018) resgata o vínculo indissociável do consumismo e do fascismo descrito por Pier Paolo Pasolini em texto publicado na revista L’Europeo de 26 de dezembro de 1974:

Estou profundamente convencido que o verdadeiro fascismo é o que os sociólogos muito gentilmente chamaram ‘sociedade de consumo’, definição que parece inofensiva e puramente indicativa. Isso não é nada. Se se observar bem a realidade e, sobretudo, se se souber ler os objetos, a paisagem, o urbanismo e acima de tudo os homens, vê-se que os resultados dessa inconsciente sociedade de consumo são eles mesmos os resultados de uma ditadura, de um fascismo puro e simples. (...) O [velho] fascismo fez deles, realmente, fantoches, servidores, talvez em parte convictos, mas nunca lhes chegou ao fundo da alma, à sua maneira de ser.

Considerações finais

Se realmente estamos, como parece ser o caso, cada vez mais lendo os textos como se fossem imagens, é preciso acrescentar, ainda nesta análise, uma outra consequência do modo de pensamento mágico-imagético-circular. Diferente da forma tempo-histórica-linear, já não estamos tão preocupados com as causas e consequências dos fatos apresentados pelos textos jornalísticos. Pelo contrário, o olhar que circula no bloco texto-imagem vai buscar as

palavras-chave que para cada um são mais significativas, reforçando seus preconceitos, já que, como nos elementos conotativos das imagens, nosso juízo de valor varia de acordo com a cultura em que estamos inseridos e o repertório interno de cada um. Desse modo, em vez de continuarmos a seguir linearmente a sequência de frases para compreender as relações causais apontadas pelo autor, e concordar ou não com elas, é possível que estejamos circulando nosso olhar sobre os blocos textuais e retirando deles apenas os elementos que confirmem nossa opinião preestabelecida sobre o autor ou o assunto.

Como as fake news utilizam a força do impacto emocional das imagens (o fascínio mágico-imagético-circular, como diria Vilém Flusser) para anular o raciocínio de causa-e-efeito próprio do pensamento baseado em textos (o tempo-histórico-linear), criamos, por meio delas, reações intempestivas de emoções básicas como medo, ódio e horror, de modo a manipular o entendimento dos fatos. Somente assim é possível que um sujeito que a vida inteira pregou a tortura e morte, do bandido bom é bandido morto, seja apoiado por cristãos, seguidores de um Deus feito homem que foi preso político torturado até a morte.

O uso novos sistemas de comunicação em massa com impulsionamento profissional feito por robôs é um escândalo muito maior do que o "simples" #CaixaDoisDoBolsonaro. É manipulação em larga escala com efeitos duradouros sobre toda a população. Hitler fez isso com a cineasta Leni Riefenstahl e seu ministro da propaganda Joseph Goebbels. Com ângulos e fotografia inovadores e a grande difusão do Cinema que ganhava escala na época, Leni transformou um baixinho, fraco, moreno e austríaco no líder de um movimento que pregava a super-raça de arianos: altos, forte, louros e alemães.

O mesmo esquema de fake news por redes sociais de Steve Bannon e da Cambridge Analytica foi usado na Inglaterra para impulsionar o Brexit no ano passado. Com isso, os crimes de ódio mais que dobraram na Inglaterra no último ano¹³. O tema principal das fake news lá, assim como as vítimas, são os imigrantes, especialmente os mulçumanos.

Com a eleição de Jair Bolsonaro no Brasil, os LGBTs (por causa da fake news do Kit Gay), os esquerdistas em geral (por causa da fake news de golpe comunista ou Brasil virar Venezuela), os professores (por causa da fake news da doutrinação marxista nas escolas) e, claro, os alvos de sempre (negros, pobres, mulheres) devem se preparar para tempos difíceis.

¹³ Ver em <<https://globoplay.globo.com/v/7092314/>> . Acesso em: 30 out. 2018.

Com as mudanças na forma de pensamento impulsionadas pelas novas tecnologias de comunicação, nossa interpretação sobre o significado da frase “o gato caça o rato” pode passar a depender não somente do nosso conhecimento sobre o que é um gato, o que é um rato e o sentido do verbo caçar, mas também de nossa opinião pessoal (ou preconceito) sobre cada um desses elementos e também sobre quem está escrevendo essa frase. Podemos, sem querer, também sermos manipulados a amar os ratos e odiar os gatos. Mais do que compreensão de texto, o que precisamos é amor. Muito amor. E empatia.

Referências

- Baitello Júnior, Norval. (2005). *A era da iconofagia – Ensaio de comunicação e cultura*, São Paulo, Hacker Editores.
- Barthes, Roland. (1990). “A mensagem fotográfica”. In: Barthes, Roland. *O Óbvio e o Obtuso*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira. pp. 11-25.
- Carr, Nicholas. (2012). *Os superficiais*. Lisboa, Portugal. Gradiva.
- Contrera, Malena Segura. (2010). *Mediosfera – Meios, imaginário e desencantamento do mundo*. São Paulo. Annablume.
- Costa, Caio Túlio. (2014). “Um modelo de negócio para o jornalismo digital – Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado”. In *Revista de Jornalismo ESPM*, nº 9, abril/maio/junho de 2014, pp. 51-115.
- Durand, Gilbert. (1995). *A imaginação simbólica*. Lisboa, Portugal: Edições 70.
- Flusser, Vilém. (2008). *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo, Annablume.
- Marcondes Filho, Ciro. (2009). *Ser jornalista. O desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo, Paulus.
- Neto, Moriti. (2018). Haddad x Bolsonaro e o consumismo eleitoral. In *O Joio e o Trigo* (site). <http://outraspalavras.net/ojoioetrigo/2018/10/haddad-x-bolsonaro-e-o-consumismo-eleitoral/?fbclid=IwAR3dQki2olJKZ_bR-0aBwtGyC3vfQWjsz7pZK4bqdp0QpkqXIduZahlzLw>. Acesso em: 30 out. 2018.
- Poynter. Site The Poynter Institute for Media Studies. [<http://www.poynter.org>].
- Sousa, Jorge Pedro. (2001). *Elementos do jornalismo impresso*. Porto, Portugal: Editora Porto.
- Souza, Vinicius. (2016). Tese (Doutorado em Comunicação). *Imagens Vencedoras – o fotojornalismo nos processos de produção de realidades e invisibilidades midiáticas*. São Paulo. Universidade Paulista – UNIP.
- Souza, Vinicius. (2018). Quer que desenhe? A leitura de textos como se fossem imagens. In Sousa, Jorge Pedro (org.). *Jornalismo e estudos mediáticos – Memória*. Porto, Portugal. Edições Universidade Fernando Pessoa, pp. 121-135.