



Alice  
Ferraz

coluna@aliceferraz.com.br



NA WEB  
Acompanhe atualizações diárias  
da coluna no Portal Estado  
[www.estado.com.br](http://www.estado.com.br)

Entrevista. Bernadette Wegenstein

# Retorno aos símbolos em uma era sem nuance

Pesquisadora analisa como redes sociais, imagem e IA estão mudando a forma de comunicação contemporânea

A teórica da mídia Bernadette Wegenstein passa boa parte do tempo tentando entender o que as novas tecnologias estão fazendo com a forma como pensamos, sentimos e nos comunicamos. Professora de estudos de mídia na Johns Hopkins University, nos Estados Unidos, a austríaca, que foi indicada para o Emmy pelo documentário *Outstanding Arts & Culture*, construiu uma carreira que atravessa cinema, filosofia e cultura digital. Nos últimos anos, no entanto, suas reflexões passaram a se concentrar com mais intensidade no impacto das redes sociais e como essa linguagem tem sido responsável por moldar o comportamento humano.

Para ela, a transformação não é apenas tecnológica, mas uma mudança profunda na maneira como as ideias circulam. O ambiente digital acelerou o ritmo das mensagens e encurtou o espaço para complexidade. “O conteúdo das redes sociais é muito mais rápido e mais curto do que os formatos de mídia do passado. Isso inevitavelmente afeta a profundidade da mensagem, porque quase nunca há tempo para comunicar mais do que uma ideia. Em geral tudo se reduz a algo muito simples – curtir ou não curtir, ir a um lugar ou usar um produto. As redes sociais não permitem muita nuance nem contradição. E isso está muito distante da vida real, porque a vida real não é preta e branca”, afirmou em entrevista à Coluna, durante passagem pela Itália.

Nascida em Viena, Wegenstein formou-se em filosofia e filologia românica na Universidade de Viena. Foi ali também que concluiu o doutorado, no fim dos anos 1990, com uma pesquisa sobre como a epidemia de Aids era representada pela mídia e pela cultura visual – tema que acabaria orientando seu interesse duradouro pelas relações entre corpo, imagem e tecnologia. A trajetória acadêmica depois a levaria à Itália, à França e, mais tarde, aos Estados Unidos. Mas sua atuação nunca ficou restrita à pesquisa acadêmica. Ao longo dos anos, também se dedicou ao cinema documental, dirigindo filmes como *Made Over in America*, so-

bre a cultura dos reality shows de transformação corporal, e *The Good Breast*, que entrelaça histórias de pacientes com câncer de mama à história cultural do corpo feminino. Em *The Conductor*, lançado em 2021 e apresentado no Tribeca Film Festival, ela acompanha a trajetória da maestrina Marin Alsop – filme que conquistou prêmios do público e de melhor documentário em festivais internacionais. A investigação sobre imagem, tecnologia e identidade percorre tanto seus livros quanto seus filmes – duas frentes de trabalho que ela costuma tratar como partes de uma mesma pesquisa. Ao observar a transformação provocada pelas redes sociais, Wegenstein chama atenção para algo que vai além da velocidade das plataformas. Para ela, mudou o próprio modo como nos comunicamos. A linguagem das redes se aproxima mais de símbolos e emoções do que da tradição escrita que moldou a cultura moderna. “Nos últimos dez anos, a comunicação passou a acontecer principalmente nas

**“A principal mudança é que voltamos a uma forma de comunicação muito próxima da tradição oral. E, por causa do formato curto dessas narrativas, essas emoções acabam sendo muito unidimensionais”**

redes sociais. A principal mudança é que voltamos a uma forma de comunicação muito próxima da tradição oral. As plataformas trabalham com símbolos, impressões e emoções – e, por causa do formato curto dessas narrativas, essas emoções acabam sendo muito unidimensionais, boas ou ruins, pretas ou brancas. Falta nuance.”

Para explicar o fenômeno, ela costuma recorrer ao filósofo canadense Marshall McLuhan, um dos pensadores mais influentes da teoria da comunicação. Na leitura da pesquisadora, o ambiente digital guarda algo de retorno a formas muito antigas de troca simbólica. “McLuhan dizia que essa seria uma era tribal da comunicação. Estamos voltando a formas



Bernadette Wegenstein é professora de estudos de mídia na Johns Hopkins University

pré-analógicas de comunicação, que eram totalmente orais. Pense no tambor tribal, no grafite, até nas pinturas de caverna. As pessoas se comunicavam por símbolos dentro de grupos e a comunicação era uma atividade coletiva – não algo que um indivíduo fazia sozinho, mas algo que acontecia dentro de uma comunidade.”

O impacto desse novo ambiente midiático, afirma, aparece com nitidez entre os mais jovens. Muitos cresceram imersos em telas e raramente tiveram contato prolongado com narrativas mais extensas, como romances ou filmes de longa duração. “Essa nova geração de consumidores de mídia praticamente nunca se envolveu com formas longas de comunica-

**“Essa nova geração de consumidores de mídia praticamente nunca se envolveu com formas longas de comunicação, como um livro ou um filme de duas ou três horas. Isso acaba interrompendo não apenas o aprendizado, mas também o desenvolvimento cognitivo”**

ção, como um livro ou um filme de duas ou três horas. Isso acaba interrompendo não apenas o aprendizado, mas também o desenvolvimento cognitivo, porque as grandes narrativas da humanidade não oferecem respostas simples nem finais felizes.” Diante desse cenário, a

professora defende recuperar deliberadamente a experiência da complexidade cultural. “O que podemos fazer é fortalecer a educação. Deixar os alunos lerem Dostoiévski, Henry James, Virginia Woolf. E também assistir aos filmes do início da história do cinema. Muitos desses filmes são observações da realidade e não oferecem respostas claras – eles simplesmente mostram como a vida acontece.” O desafio aparece de forma muito concreta na sala de aula, onde a atenção se tornou um recurso cada vez mais disputado.

“Hoje o maior desafio para ensinar é a falta de atenção. O espaço de atenção diminuiu muito. Então eu peço aos alunos que fechem computadores, iPads e celulares e tomem notas à mão. Tento ajudá-los a ampliar esse espaço de concentração.” Enquanto educadores tentam recuperar tempo para a reflexão, uma nova transformação começa a ganhar escala: a inteligência artificial. Wegenstein reconhece o potencial da tecnologia, mas observa o entusiasmo com cautela. “A criatividade humana e a mente humana não podem ser replicadas pela inteligência artificial – pelo menos ainda. Existem coisas muito úteis que a IA pode fazer, como ajudar na edição de áudio ou de som. O problema surge quando ela pretende pensar por nós.”

Apesar das inquietações, Wegenstein lembra que a história da mídia raramente avança em linha reta. Momentos de saturação tecnológica costumam despertar interesse renovado por formatos mais antigos. “Eu realmente acredito que o papel, os jornais e outros formatos analógicos estão voltando. Existe um ciclo: em algum momento ficamos saturados e começamos a desejar algo diferente. O mercado de livros, por exemplo, está indo extremamente bem nos Estados Unidos.” No fundo, diz ela, nenhuma tecnologia cria uma nova humanidade. Apenas amplia aquilo que já somos. “As mídias são uma extensão direta do comportamento humano. Nós criamos o tipo de mídia que precisamos para enriquecer nosso comportamento. Nesse sentido, a mídia sempre reflete quem somos como coletivo em determinado momento.” ●