

VI Colóquio Internacional

“Educação e Contemporaneidade”



São Cristovão-SE/Brasil
20 a 22 de setembro de 2012

STORYTELLING MIDIÁTICO : A ARTE DE NARRAR A VIDA COMO FERRAMENTA PARA A EDUCAÇÃO.

Adenil Alfeu Domingos¹

Ana Sabrina de Oliveira Leme Domingues²

Kátia Santana Bispo³

Eixo temático: Mídias, Tecnologia e Educação

Resumo: Pretende-se caracterizar o storytelling midiado como instrumento de narrar a vida, na era das novas tecnologias. O storytelling é meio de expressão e informação, mais do que propriamente de arte. Ele recupera a ideia do contador oral de histórias a platéias reunidas, não mais à beira das fogueiras, mas sim, em torno de sistemas elétricos, formando tribos virtuais. Os storytelling são veiculados tanto nas redes *on* e *off-line*, mas sempre direcionadas pela rede neuronais da mente humana. As escolas não podem ignorar o storytelling, pois as crianças já se servem dele, antes mesmo da escola se dar conta da sua existência. Com a chegada da web 2.0, elas narram suas aventuras no fotolog, facebook, Orkut, MSN.

Palavras-chaves: arte; ensino, novas tecnologias, storytelling, mídia.

Resumen:

El objetivo es caracterizar la narración midiado como una forma de narrar la vida en la era de las nuevas tecnologías. La narración es un medio de expresión y de información, en vez de expresar el arte. Se recupera la idea de las historias orales de venta libre para el público reunido, ya no al borde de los incendios, pero, en torno a los sistemas eléctricos para formar tribus virtuales. La narración se transmite en ambas redes online como offline, siempre dirigida por la red neuronal de la mente humana. Las escuelas no pueden ignorar la narración de cuentos, porque los niños ya su servicio, incluso antes de que la escuela se dan cuenta de su existencia. Con la llegada de la Web 2.0, hacen un recuento de sus aventuras en el fotolog, Facebook, Orkut, MSN.

¹ Professor do curso de graduação e pós graduação de Comunicação Midiática, departamento de Comunicação Social, da Universidade Estadual Paulista, Bauru (SP) na disciplina de Semiótica da Comunicação. adenil@faac.unesp.br.

² Mestranda em Letras, área de concentração: estudos linguísticos, do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), da Universidade Federal de Sergipe (UFS). São Cristóvão- SE e professora de Leitura e Produção de Textos da Faculdade Pio Décimo – Aracaju-SE. anasabrinaleme@hotmail.com

³ Mestranda em Letras, área de concentração: estudos linguísticos, do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), da Universidade Federal de Sergipe (UFS). São Cristóvão- SE e jornalista atuante no Jornal da Cidade de Aracaju- SE. E-mail: katiasantana@katiasantana.com.br

Palabras clave: arte, educación, nuevas tecnologías, cuentos, y los medios de comunicación.

“O público hoje assumiu um novo papel. Devido à própria simultaneidade da informação e da programação eletrônica, já não existem propriamente espectadores. Todo mundo faz parte do elenco.” (McLuhan).

1 Introdução

Só consegue a atenção do outro quem tiver a melhor história para contar. O professor, em sala de aula, está disputando a atenção do aluno, principalmente com eventos da mídia que hoje programa a vida diária de todos. Christian Salmon, em 2007, demonstrou que o storytelling era uma máquina de fabricar histórias, a fim de formatar espíritos. Não é por caso, portanto, que está havendo um *boom* de narrativas de vida, principalmente na mídia, onde tudo se torna produto à venda. Descobriu-se que a narrativa revela o mais íntimo das problemáticas humanas, até mesmo os instintos primordiais, de um modo quase subliminar. O professor deve ser o primeiro a acreditar que as narrativas que faz têm a intenção de persuadir e não só de passar conhecimentos. Estes servirão de passaporte para que um aluno adentre, como cidadão capaz, o jogo social, na disputa de espaço e construa sua própria história. É que vivemos a era da Economia da Atenção já que até esse objeto – a atenção – passou a ser uma mercadoria à venda na era do consumismo.

Os heróis lendários, míticos e místicos das epopéias clássicas, com capacidades extraordinárias e caracteres de deuses, com o advento das novas tecnologias, que democratizaram o contador de histórias, cederam espaço ao herói do cotidiano, de uma wikiciberepopéia⁴. A ideia de epopéia é retomada aqui, não mais como as narrativas de façanhas de heróis memoráveis, lendários e que representavam uma coletividade, mas sim, os heróis das novas tribos que se cruzam na Internet. Metaforicamente, estamos dentro de um *big-brother*: somos vigiados por aparelhos durante quase todas as horas do dia; a vida de todos está no grande palco do cotidiano; onde se vestem máscaras sociais. McLuhan (1969, p. 1) profetiza essa era ao dizer que público hoje assumiu um novo papel, devido à própria

⁴ Wiki tem ideia de rápido e o personagem atual, o homem moderno, é um herói olímpico e passageiro, de uma história que flui na própria vida, com começo, meio e fim de episódios que podem aparecer nas mídias, já que o ato de narrar saiu das mãos dos profissionais da narrativa para dar voz a todos que queiram se autonarrar em qualquer mídia social na Internet, para contar algo que valha a pena ser contado. Não há quem não tenha uma história interessante em sua vida. *Ciber* vem de ciberespaço, ou espaço cibernético, principalmente com a web 2.0, das mídias sociais

simultaneidade da informação e da programação eletrônica, já não existem propriamente espectadores e todo mundo faz parte do elenco.” Essa era de interatividade cultural e do reaproveitamento de signos, formando a chamada Cultura da Convergência, segundo Henry Jenkins (2008, p. 27). Nela, até as crianças se servem de linguagens híbridas (verbal ou não) para recontar vidas, com novos suportes móveis ou fixos. Eles manipulam vídeos, Ipod, celulares, Internet, com eficácia, antes mesmo dos professores os usarem. Aparece a cultura do fã, usuário de narrativas que apreende e transforma conteúdos, dando-lhe novos significados. Leitores de Harry Potter, escrevam suas próprias histórias, tendo como protagonista esse herói ou a si mesmos, com os mesmos poderes que ele. Agir, vestir indumentárias, ter os mesmos trejeitos é um modo do fã sentir-se o mesmo herói, na vida real é ser autor e leitor ao mesmo tempo da mesma narrativa. Deve-se considerar, ainda, os executivos que, por sua vez, têm interesses econômicos e se debatem no controle de franquias das histórias que se tornam famosas e produzem até bonecos dos heróis, para ser mais um produto à venda. O consumismo fez tudo virar mercadoria à venda. A publicidade vende objetos como fetiches e que tudo realizam. O storytelling publicitário narra a disputa de objetos entre pessoas, na luta pelo espaço de vida. Se o cavaleiro medieval vencia batalhas, com um cavalo possante, armadura, lança, escudo, o homem moderno precisa de um carro possante, roupa de grife, cartão de crédito, celular etc.

Assim sendo, objetos similares são equivalentes nas narrativas, em épocas diferentes. Cada nova narrativa, de acordo com o meio ideológico em que vige, muda apenas seu nível de superfície, de acordo com os diferentes interesses de vida de diferentes civilizações; o nível profundo, porém, continua sendo sempre a luta pela sobrevivência da própria espécie. Mais uma prova que o meio é a mensagem. Assim, Jenkins (2008, p.27), mostra como fenômenos populares levaram a narrativa a novos patamares, onde atua a multidisciplinaridade. Matrix, por exemplo, criou um complexo universo que junta histórias em quadrinho, games, websites, animações entre outros além de fazer a convergência de diferentes culturas, como a greco-romana à moderna. Ele entendeu que todo usuário pode se tornar também produtor de uma nova narrativa, servindo-se de narrativas já existentes. A facilidade de uso das novas ferramentas das tecnologias permite *re + significar* enredos. Hoje, esse ato dispensa o narrador profissional, já que o narrar democratizou-se. Basta que o sujeito se debruce sobre obras já consagradas, as reformule, acrescentando-lhes nuances modernas e tudo se ressignifica. A Cultura da Convergência se dá não só produção midiática, mas em todos os setores da vida moderna, onde a informação está no ar. Ela trata praticamente dos mesmos

temas explorados pelas concorrentes, rivais, ou mesmo por pares de uma mesma tribo, provocando uma espécie de inteligência coletiva. O consumidor vai deixando de ser passivo para se tornar o agente de uma cultura complexa, cada vez mais coletiva e participativa, sempre de modo dialógico, com outras épocas e com outros narradores.

Aparece, então, o transtorytelling: uma mesma história que serve para diferentes usos, mas com intromissões co-autorais com imprevisíveis desfechos; ou ainda, diversas histórias que se tramam em uma única narrativa. Jenkins (2008, p.28) entende que a Cultura de Convergência se dá tanto no fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, como na cooperação entre múltiplos mercados midiáticos, bem como no comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação midiada, já que eles vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Nem se trata, também, da simples convergência de diferentes ferramentas em um mesmo aparelho, como acontece com o celular que desempenha múltiplas funções ao se tornou câmera fotográfica, objeto de entretenimento com jogos de vídeo game, calendário, relógio, agenda entre outras.

2. A autoria coletiva

O storytelling é de autoria mais coletiva do que individual. É preciso acreditar no poder do storytelling, já que ele está mais vivo do que nunca. Acaba de ser lançado, por exemplo, o Twitter Story (cf <http://stories.twitter.com/>). Nele as pessoas podem narrar suas histórias relacionadas a o Twitter, ou seja, como as de pessoas salvaram e mudaram suas vidas e negócios através de ações dessa plataforma na web. No *blog* oficial da empresa, a equipe diz que cada história serve para lembrar-nos da humanidade por trás dos tuítes e com eles ajudar a tornar o mundo menor, ao unir pessoas e histórias. Essa convergência moderna se dá quando uma mesma informação migra para múltiplos suportes, em múltiplas plataformas, em diferentes linguagens, híbridas ou não, verbal ou não verbal, fixas ou em movimento e são, desse modo, aprendidas e expandidas de forma até mesmo inesperada.

Um mesmo discurso pode atingir públicos diferentes em mídias múltiplas e o próprio receptor pode colocar suas opiniões sobre essa mesma informação e divulgá-la a grandes públicos como se fossem suas. Desse modo, para Jenkins (2008, p.28):

“ao invés de falar de produtores e consumidores midiáticos em papéis separados, agora podemos vê-los como participantes que interagem uns com

os outros de acordo com novas regras, que nenhum de nós entende por completo”.

Assim, a modernidade coloca em xeque a própria autoria da obra, já que não há nova idéia de autoria aparecendo, mas o autor espera seu reconhecimento público com as visitas que o público fizer à sua obra e desse modo ganhar patrocínio e fama. Como a nova ideia não surge em *ex-nihilo*, pois não há signo que não venha de um signo anterior e se projete para o futuro, a idéia de autoria, no presente instante, tornou-se questionável. Todo signo é como uma semente que gera a nova planta e esta não existe sem aquela. Semelhante a uma nova árvore nova, que se semelhante às anteriores, o novo deve ser visto apenas como algo que se diferencia do seu signo gerador anterior, por detalhes, já que o novo pertence sempre a uma espécie de signo já existente.

Jamais saberemos quem foi o criador do protótipo do storytelling e não há nada, em termos storytelling, que não seja algo vindo de um signo anterior e que deixa marcas no novo signo ao emprestar-lhe certas características. O estudo dessas marcas é que permitem até mesmo recompor sua trajetória evolutiva de temas e de modos de narrar. O storytelling é uma narrativa efetivamente aberta a intromissões e modificações e não deve ser apenas algo a ser copiado e reproduzido. O novo modo de narrar é interativo e, por ele, a linearidade de comunicação entre emissor e receptor cede espaço à comunicação em 360 graus, com nós da rede e links. Uma criança, quando começa a aprender a narrar, até consegue empregar seu ponto de vista, dando às suas narrativas marcas de suas interpretações, mas ainda de modo inconsciente do processo de criação. Só depois ela começa a constatar que todo existente tem uma estrutura que se repete em cada novo ser, mas não deixa de ter também uma parte que se diferencia de um para outro novo existente. A criança aprende a narrar primeiro por imitação; nessas imitações ela já suas narrativas têm certas diferenças das anteriores; só em um terceiro instante, ela entende que criar narrativas com certas peculiaridades é se tornar “autor” de idéias. Se antes ela imita, agora ela precisa a aprender com a escola onde ela entrou e deu voz sua ao narrado.

3. A conquista da atenção em sala de aula

O professor não pode estar alheio ao universo narrativo construído nas novas tecnologias, pois seus alunos já o adentraram e sabem usar o computador e o celular, explorando quase todas as suas potencialidades, como se fosse o novo brinquedo da chamada geração Z. Grande parte deles já conhece todas as particularidades das ferramentas de

comunicação da web 2.0, inclusive postar vídeos no You Tube. Se o professor não acreditar que é ele é um vendedor de informações e que sua aula é um grande storytelling, ele perderá a atenção dos seus alunos, pois a mídia conta melhores histórias que as da escola e têm mais aparelhagem e condições financeiras para atuar nesse setor. O professor deve entender que ele participa do atual comércio da atenção e que ele precisa também vender suas histórias aos alunos. A escola deve ter um pouco de ambição mercadológica, embora trate de seres humanos. É preciso demonstrar às crianças de as narrativas que elas aprendem na escola não são apenas as melhores histórias para as suas vidas, já que são essenciais para a sua sobrevivência em sociedade. Mesmo que a escola não tenha em mãos a tecnologia que a mídia possui, na escola, a criança deve ter voz e vez, senão ela vai encontrar isso também na mídia.

A sala de aula é o lugar ideal para narrar histórias, quando não se tem sem a preocupação antiga de verificar formas gramaticais, quando as narrativas serviam como meio do aluno aprender a linguagem culta, ou seja, como um dever, e, não simplesmente, para sentir o prazer de narrar. O storytelling dá prazer quando o conteúdo é mais importante que a forma, seja ela oral ou pela escrita, ou quaisquer outras formas híbridas de linguagem. Elas são o próprio homem dentro de um contexto social, inclusive como gênero, literário ou noticioso, científico ou sacro, com finalidades quer recreativa, quer informativa, ou, ainda, expressiva. Os storytelling, por si mesmos, motivam seus ouvintes por apanhá-los em sua essência emotiva e essa é a chave que abre a sensibilidade da criança para entender a vida, em uma evolução que se inicia na história contada já no próprio DNA de cada família, com as heranças familiares recebidas. Aliás, hoje se diz que organizações, fábricas, produtos têm histórias e não só os empresários, funcionários e consumidores.

Se a era do consumismo desagrega o homem, que já nasce dentro de instituições sociais com regras e normas de falar e viver; se a linguagem tem um lado fascista na ciência e outro libertário na arte; se o consumismo atual procura evitar o conhecer dos esquemas imprevisíveis de um futuro que seja alentador, devido ao uso indiscriminado das forças da natureza; se ele priva o homem de um sentido de continuidade de vida sobre o planeta, mesmo que se faça uma tentativa de buscar novos planetas no universo, além deste, que sejam passíveis de serem habitados; cabe à escola abrir possibilidades aos seus alunos de dar sentido e continuidade à vida humana. Caso contrário, ela corre sérios perigos de desaparecimento da face da terra, diante do processo desumanização e de falta de consciência ecológica, que ora se presencia. É por meio da sensibilidade ao Outro, dada por meio de narrativas e que está se esvaindo aos poucos, que a narrativa é imperiosa na sala de aula. Modernamente, as redes

sociais da Web 2.0, estão recobrando esse princípio e as narrativas de vida explodem por todo o planeta em uma era chamada de cíbrida⁵ em que redes *on* e *offline* de comunicação passaram a interagir com a rede neuronal humana, que dá sentido às duas primeiras. A narrativa, muito mais do que ser construída pelo homem, foi quem construiu o homem. Ela inventou o homem do símbolo que cortou o cordão umbilical desse homem com a natureza.

A palavra storytelling (*story+telling*) tem como etimologia a ideia de narrar histórias de vida de modo oral a grandes públicos, sem a preocupação de uma linguagem feita de grandes arroubos literários, mas sim, um meio de informar e persuadir. O homem que narrava seus feitos nas cavernas, possivelmente, assim procedia, ensinando aos seus pares a arte da caça, para sobreviver. A descoberta atual é que é mais importante que o factual, o fenômeno, ou seja, o "fato em si" é a construção discursiva que se faz dele, o seu relato, o que comunga com a idéia de McLuhan em que o meio é a mensagem. Essas complexas redes em interação desfizeram os limites rígidos entre o real e o virtual que se tornaram extremamente tênues e os gêneros dos discursos ganham nelas, cada vez mais, formas fluidas. Na internet, contamos a vida para fazer uma revisão do presente, enquanto a narrativa anterior falava do passado dos heróis; o storytelling irá irá pros arquivos, físicos e virtuais, contando nossa história (ou a história dos nossos discursos, melhor dizendo). Essa nova visão da narrativa está desfazendo a ideia de que os seres vivos e as máquinas são essencialmente diferentes: a relação entre os organismos e as máquinas passou a ter uma dependência intrínseca, não só na narrativa, mas também na forma dos códigos que determinam o funcionamento de ambos.

Miguel Nicolelis (2011), pioneiro no campo da neuroprótese no mundo, está provocando sérias controversas com os cientistas das neurociências, depois de ter lançado seu livro "Muito além do nosso Eu". Ele entende que as tecnologias poderão criar uma indústria do cérebro, já que ele diz que *o cérebro tem um ponto de vista, diferentemente das máquinas de silício*. O órgão cria ativamente o mundo que percebemos, em vez de recebê-lo passivamente pelos sentidos. Estaria mais para simulador de realidade virtual do que para câmera digital. Atuando em interfaces, homem e computador, poderiam não só atuar no controle de máquinas por ondas cerebrais, permitindo que deficientes possam andar, ao ouvirem e decifram complexas sinfonias neuronais, em que os males como Parkinson e Alzheimer

⁵ Numa decisão histórica, as autoridades britânicas tornaram-se as primeiras no mundo a aprovar o princípio da criação de embriões híbridos para fins terapêuticos. Chamados "cíbridos", estes embriões são um misto animal-humano, com 99,9 por cento de ADN humano e 0,1 por cento de ADN animal. São obtidos introduzindo o ADN humano em ovócitos de vacas ou coelhos previamente esvaziados do seu núcleo» («Aprovada criação de embriões híbridos animal-humano», Ana Gerschenfeld, *Público*, 7.09.2007, p. 24). O termo vem do inglês *cybrid*, e é uma amálgama de *cytoplasmic* e *hybrid*. Por isso, a ideia de vivermos em uma era de cibridismo.

possam ser controlados. O certo que o homem, aos poucos, está deixando a era em que a antropocentria dominava, para uma nova era, tida como de certo ciborguicentria ou tecnocentria, com o aparecimento de homem do chip.

Os aparelhos das novas tecnologias como o celular e o computador já são uma extensão do cérebro humano, pois o simples *mouse* já é uma extensão da mão. Fala-se que a perda de um notebook faz o sujeito perder parte de sua memória se nele armazenada. O *homem narrans*, como ser cultural que é, passou a existir ao inventar a linguagem com signos convencionais e se disse inteligente, mas, antes disso, com certeza, ele se comunicava com gestos e grunhidos, reproduzindo sons naturais. A linguagem é criação humana e o corpo uma primeira mídia. Lévy-Strauss acentua que há elos perdidos na história do homem é que seria preciso recuperá-los. Jamais saberemos quem foi o primeiro usuário de uma narrativa, mas podemos imaginar que ela apareça progressivamente na humanidade como uma técnica de sobrevivência, muito antes do homem produzir textos com sequencialidade e organização. Na era do consumismo até a empresa e seus produtos, além dos empresários, empregados, investidores, seu público consumidor, passaram a ter história e tradição a ser contada, com seu logo, suas cores, suas peculiaridades. Eles são sujeitos vencedores e heróis com histórias para serem seguidas relacionadas com essa mesma marca, formando uma família sem limites próprios. Sente-se que o futuro da escola deve ser uma espécie de interação com fábricas, capazes de financiarem projetos de desenvolvimento da região e das famílias que dela sobrevivem, já que os funcionários das mesmas são os pais dessas crianças.

O projeto *Animando Vidas*⁶, cujos vídeos estão no You Tube, embora tenha dispensado a escola e contratado profissionais como psicólogos demonstra que as narrativas devem ser produtos midiáticos. Cita-se aqui o trabalho desenvolvido com as crianças de uma determinada fábrica, quanto ao problema do uso de equipamentos para a prevenção de acidentes dentro da mesma, bem como a repercussão do trabalho junto aos alunos e o depoimento dos pais, agora cobrados pelos filhos até mesmo no uso do cinto de segurança quando dirigem. Animando vida leva o pai para dentro da fábrica e a escola vai ter que trazer a fábrica para dentro da escola. É notório que caderno, lápis, borracha não vão desaparecer de vez, mas que seus usos serão extremamente limitados. As narrativas, por sua vez, encontraram novos suportes e isso só timidamente está adentrando a sala de aula.

⁶ 10 Ver no You Tube o vídeo Segunda Chance http://youtu.be/mT_N6CDKMaE e http://youtu.be/mT_N6CDKMaE. Curtas metragens produzido pelo Projeto Animando Vidas. História criada por 35 crianças participantes do projeto. Patrocínio: Tecumseh Realização: Oz Produtora Apoio: Berimbau Estúdio, Frux Design, 00:04:50 Adicionado em 22/02/2011, já com mais de 1.700 exibições

4. Uma arte ancestral

A narrativa deu ao homem a oportunidade de organizar e veicular ideias de modo coeso e coerente, revelando o próprio homem. Desse modo, o homem se tornou criador e criatura de uma das mais poderosas técnicas de sobrevivência e de organização do seu pensamento: a narrativa. Semioticamente, a vida é uma grande narrativa e a humanidade o grande herói ou vilão da mesma. Desde as gravuras das paredes das cavernas, o homem procura, por meio delas, encontrar como sobreviver melhor. A arte de contar histórias, portanto, é uma das nossas mais antigas magias. Trata-se de uma maneira de retratar as ações humanas capaz de antropomorfizar seres e objetos, ou zoomorfizar ou coisificar (reificar) os homens. Eles se propagam a partir de uma estrutura profunda básica que está em toda e qualquer narrativa: um ponto de vista de uma voz narradora, personagens que nela atuam, um tempo e um espaço, uma trama, uma seqüencialidade, destruída ou não, mas sempre recuperável. Daí a presença de fábulas em que animais atuam como seres humanos ainda vigentes em nossas histórias de vida.

A arte de narrar e compartilhar oralmente uma história ou experiência para um público, que primordialmente se dava em torno de fogueiras, sendo um tipo de conversa tornou-se ato solitário da "arte" de escrever em lugares isolados como escritórios, pelos grandes escritores, com a chegada da escrita. Agora, com as novas tecnologias há uma espécie de retorno às origens, já que as pessoas se reúnem em torno de redes elétricas para narrar suas vidas. Até os roteiros de histórias para TV, para o Rádio, ou filme, ou apresentação teatral para grandes públicos de consumidores ou mesmo um romance de ficção, passaram a sofrer a influência do público que as acompanham, pois eles são consultados pelos criadores das histórias, com frequência. Essa nova maneira de narrar a vida, intermediada por aparelhos eletrônicos serão chamadas aqui de "storytelling mediados", em um sentido mais lato. Embora possuam linguagem e características diferentes, os storytelling mediados recebem linguagens diferentes para cada suporte em que aparecem, mas todos eles ganharam o tom de narrativa em forma de conversa na Internet, principalmente nas mídias sociais.

São cada vez mais tênues os limites entre o real e o ficcional ou virtual. Entende-se aqui que esses dois últimos momentos da narrativa, o ficcional e o virtual, são inteiramente dependentes do real, resultado de um processo da ação dos signos icônicos (semelhantes ao real, como na famosa pintura de Magritte¹¹ em que depois de pintar um cachimbo ele afirma que aquilo não é um cachimbo, pois é seu ponto de vista sobre o mesmo) e indiciais (que não

se parecem, mas se remetem um ao outro como cachimbo que remete a fogo, fumo, fumaça, ao cheiro e assim por diante). O problema cultural é o simbólico que todo esse ato representa nessa pintura com os valores sociais, costumes, vícios que são efeitos de sentido e de real que essa pintura pode levantar em cada leitura de seus intérpretes, como produtos culturais.

A discussão da existência ou não da realidade ainda divide cientistas⁷. Se chutar com força uma pedra provoca sequelas nos pés de todos que agirem assim, sem uma proteção neles; se todas as pessoas normais não agem assim, pois sabem dessa consequência; se todos que olham para essa mesma pedra, se a desenharem o farão com extrema similitude, tudo confirma que essa pedra é reproduzida na mente como um sinal do real dentro da mente. Como não é a realidade em si que adentra a mente humana, mas um sinal da mesma, ele o real e o sinal construído será haverá defasagens e, por isso mesmo, todo pensamento é falível. A mente, portanto, é uma espécie de usina que operacionaliza sinais que adentram os filtros dos sentidos do corpo humano para nela se alojarem. O homem, como ser social, passou a ter uma ilusão coletiva, que todas as suas ações são conscientes, já que ele se sente guiado pelo livre-arbítrio como um dom recebido. No entanto, os recentes estudos das Neurociências e da Etologia revelam como os instintos falam muito alto nele, de modo inconsciente, em termos de luta pela sobrevivência, principalmente. O homem só pensa tendo como parâmetros de base o que o seu entorno determina como estímulo exterior que se lhe impõe cores, formas, texturas advindas de fora para dentro. Os pensamentos humanos não são senão um contínuo do percebido pelo homem em seu entorno. Por isso mesmo, tudo o que o ele pensar de modo ficcional estará baseado no real. O novo não é senão o real como algo transformado e que passou a existir em uma época, no futuro e esse novo se projeta teleologicamente. Assim sendo, ele só pode pensar o desconhecido a partir do já conhecido; só se pode pensar o insignificante a partir do que tem significado; só se podemos pensar o nada a partir da idéia de tudo. No entanto, o que ele pode se tornar um existente, porque o real estará sempre presente em todas as suas idéias. Robôs, por exemplo, eram personagens do imaginário humano, que, hoje, já se encontram atuando e presentes na vida dos homens. Vimos que o desenvolvimento de neuropróteses já nos mostra que o homem dos chips está presente na sociedade atual. Mostram que homens e máquinas estão intimamente ligados, superando os limites impostos àqueles cuja natureza do corpo, principalmente aquele que fora mutilada, por nascença ou

⁷ Em um artigo publicado na Scientific American Brasil, *O Bad Boy da Física* de agosto de 2011, pgs 28 a 31, o físico Leonard Susskind, entrevistado por Peter Byrne acentua que talvez sejamos capazes de compreender a realidade; o universo e seus contribuintes, porém, podem ser impossíveis de serem descritos de modo inequívoco. Para ele, existem possibilidades de que a realidade possa estar além dos limites de nossa capacidade de visualizá-la.

acidente, mas hoje, acoplados a próteses desenhadas sob medida. O futuro que virá que se avizinha, por certo, tornará possível a competição entre deficientes, chegando até a ultrapassar a velocidade de pessoas comuns. A *performance* ampliada é uma noção fundamental para a reformulação da imagem do ser humano. Acreditar que possuímos olhos porque existe luz é perceber que há uma história no próprio corpo humano tecida natural e paulatinamente, pela própria natureza na qual o homem se encarna. Feito de cálcio, fósforo, ferro entre outros materiais, formando uma composição impar, o homem está intimamente ligado com o seu meio. Há uma atuação do corpo sobre esse meio e desse meio sobre o corpo, a ponto de levar o antropólogo Umberto Galimberti (2006, p. 23) a inverter a reflexão histórica que demonstrava que o homem criou a técnica, para afirmar que como foi a técnica, por ensaio e erro, que obrigou o homem a pensar, analisar, organizar e concluir, para poder sobreviver.

Desse modo, também, suas narrativas fazem desse mesmo homem um criador e uma criatura de tudo o que ele pensa apenas criar. Galimberti entendeu que o homem se distingue dos outros animais não porque tenha a razão e a inteligência como algo a mais, mas sim, como algo a menos, ou seja, ele não dispõe de meios que o orientem de forma direta e ordenada, plena e absoluta, para a resolução dos seus problemas em seus instintos mais primordiais. Por isso, para formular respostas imediatas de seus problemas de sobrevivência, como a fuga do predador, a busca da presa para seu alimento e a conquista do parceiro sexual ideal, para manter a espécie, ele precisou inventar meios que servissem de extensões do seu corpo como a lança para atingir seu rival, ou predador, inimigo ou rival, hoje, o concorrente que se abate principalmente com as palavras. Quem tiver a melhor história para contar e o melhor meio para fazê-lo será um vencedor na sociedade atual. Assim, o homem age por acertos e erros, para procurar se satisfazer. Essas ações é que permitiram escolher e criar palavras em um paradigma e combiná-las em uma sintaxe, formando narrativas sistematizadas, ordenadas, organizadas, sequencializadas, formuladas de pensamentos completos em textos orais ou escritos, ou mesmo por imagens, que circulam entre seus pares.

Desse modo, a linguagem humana é uma arma capaz de construir ou destruir impérios. Elas foram as tesouras responsáveis por cortar o cordão umbilical do ser humano com a natureza, dando-lhe a capacidade de sair da integração com o todo, para se sentir diante dele, como uma espécie de olho divina. Na verdade, esse homem jamais deixou de estar ecologicamente imbricado e dependente do todo. Foi esse afrontamento com o seu meio natural e sociocultural que permitiu ao homem perceber o Outro nas narrativas de vida e construir sua própria identidade. A interação constrói não só a alteridade social, pois ela constrói também a identidade, conforme Bakhtin (1992, p.123), para quem a palavra é uma

ponte entre o eu e o Outro e território comum entre ambos e, desse modo, a própria linguagem convencional como produto do uso. Mesmo que haja dialogismo, a ciência tende a buscar o consenso para poder operar na sociedade.

Vivo no universo das palavras do outro. E toda a minha vida consiste em conduzir-me nesse universo, em reagir às palavras do outro. (...) A palavra do outro impõe ao homem a tarefa de compreender esta palavra. A palavra do outro deve transformar-se em palavra minha-alheia (ou alheia-minha). Distância (exotopia) e respeito. O objeto se transforma em sujeito (em outro eu) (BAKHTIN, 2000, p. 385,386).

A linguagem intervém no homem e no seu entorno, cria objetos sgnicos com significados culturais a eles agregados, a fim de produzir efeitos de sentido, mas muito mais do que isso produz o homem cultural. Essa culturalidade, por sua vez, impede esse homem de perceber sua naturalidade. Por isso, Galimberti (idem) entendeu que não há rupturas contundentes entre natureza e cultura, já que para ele foi a técnica que possibilitou a cultura responsável pelo aparecimento do *homo-sapiens* no planeta, como usuário de signos.

A técnica é o conjunto de dispositivos que serviram como extensões para o próprio corpo humano encontrar soluções para sua necessidade de sobreviver diante dos problemas que sua vivência lhe apresentou. Os objetos que ele se serve para isso é a tecnologia como mediadora entre ele e o seu meio: a ciência, por aquilo que representa em termos de mobilização humana, é entendido por Galimberti como técnica. Registra, assim, a condição de dependência do homem com relação ao seu fazer. É porque ele faz que é inteligente. As tecnologias, como subprodutos da técnica, ganham, assim, nova dimensão, representando a evolução ou o retrocesso de o homem estar no mundo... (cf. Oliveira Soares, 2010, p. 59)

Acredita-se hoje apenas na cognição como um produto dos comportamentos atuantes sobre a memória, a atenção, a percepção, a representação do conhecimento, do raciocínio, da criatividade e a resolução dos problemas de modo consciente. A sensibilidade, porém, atua aquém da consciência que se situa no córtex cerebral, onde estão as linguagens. Mas é preciso pensar também que há muito de inconsciente ou pré-consciente, na nossa luta pela sobrevivência.

5. Conclusão

Tentou-se aqui remeter o professor da escola a atentar para a profundidade e a importância das narrativas na vida humana. Tentou-se provar que antes do homem ser inteligência, ele é emoção e instinto. É preciso acreditar que é possível ativar essas regiões mais

recônditas e primitivas do nosso cérebro, atuando em todo sistema neuronal do corpo, até mesmo nas regiões reptilianas onde este homem é estimulado por sons e imagens. A história não é só o passado, porque ela projeta o futuro. O homem que não entende o seu passado e nem vê perspectivas futuras, não encontra sentido no presente. Possivelmente seja esse o retrato do nosso jovem nas escolas atuais. Ele perdeu contato com a sua própria história como homem no planeta. Ele perdeu o sentido dado à vida como uma problemática existencial, para ler as narrativas em sua superfície, mas as narrativas precisam ser encaradas como o registro profundo do próprio homem com todos os seus problemas e angústias. Essas revelações não estão mais nas histórias contadas em aula em que se detém na narrativa de superfície de um herói e suas façanhas. Isso deixa o storytelling ser apenas mais uma narrativa como tantas outras, que perdem seu sentido de verticalidade, pois apenas a superficialidade de um código é, efetivamente, acionada na sua leitura. É preciso, porém, mergulhar profundamente nas narrativas, chegando ao encontro do seu nível ideológico profundo, onde aparece o homem como criador e criatura das narrativas como arma e meio de sobrevivência. Essa tarefa só a escola pode proporcionar ao aluno.

Referências:

ADLER, R. P e FIRESTONE, M. *A conquista da atenção: a publicidade e as novas formas de comunicação*. São Paulo: Nobel, 2002.

BIRNE, P. O Bad Boy da Física entrevista com o físico Leonard Susskind. in *Scientific American Brasil*, de agosto de 2011.

BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1992.

_____. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

GABLIK S., *Magritte*, Milano: Rusconi, Milano, 1988.

JENKIS, H. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Ed. Aleph. 2008.

LEVY-STRAUSS, C. *Mito e Significado*. Lisboa: edições 70, 1989

NICOLELIS, M. A. L. *Muito além do nosso eu: a nova neurociências que une cérebro e*

máquinas e como ela pode mudar nossas vidas”.. São Paulo: Cia das letras, 2011

MCLUHAN, M e FIORI, Q. *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*, Harmondsworth: Penguin. 1967

OLIVEIRA SOARES, Ismar de. *Educomunicação e Terceiro Entorno: diálogos com Galimbert, Echeverria e Martín-Barbero*. Pgs 57 -66, In *Banda Larga e TV digital no Brasil*. Comunicação & Educação, revista do curso de Gestão da Comunicação e Arte da Escola de Comunicação e Artes da universidade de São Paulo – ano XV – n° 3, set/dez: São Paulo: CCA/ECA/USP, Paulinas, 2010

SALMON, C. *Storytelling: La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris:La Découvert,2007.

Documentos eletrônicos:

Vídeos anexados disponíveis no You Tube

“Segunda Chance” Projeto Animando Vidas: Curta metragem produzido pelo Projeto Animando Vidas. História criada por 35 crianças participantes do projeto. Patrocínio: Tecumseh Realização: Oz Produtora Apoio: Berimbau Estúdio, Frux Design,.... 00:04:50 Adicionado em 22/02/2011 – ver http://youtu.be/mT_N6CDKMaE Depoimentos sobre o projeto: http://youtu.be/CrFk_vhiADU

GERSCHENFELD A. *Público*, 7.09.2007, p. 24: o termo vem do inglês *cybrid*, de *cytoplasmic* e *hybrid*. In letratura.blogspot.com/2007/09/neologismocbrido. Html. Acesso em 15/09/2009.

JENSEN, R. *As empresas têm que aprender a Sonhar* in Isto é dinheiro de 21/06/2006 www.terra.com.br/istoedinheiro/457/entrevista/index.htm. Acesso em 15/09/2009

