

Anais do I Congresso Internacional de Novas Narrativas – 2015

1º Congresso Internacional
de **Novas Narrativas**

Encontro de narrativas
de comunicações e artes

www.aberje.com.br/congressonovasnarrativas

Realização:



Patrocínio:

Apoio:



Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

C749 1º congresso internacional de novas narrativas : encontro de narrativas de comunicações e artes / Grupo de Estudos de Novas Narrativas (Organização) – São Paulo : ECA/USP, 2015.
1200 p.

ISBN 978-85-7205-137-8

1. Comunicação – Brasil - Congressos I. Grupo de Estudos de Novas Narrativas.

CDD 21.ed. – 302.2

1º Congresso Internacional de **Novas Narrativas**

TEMA CENTRAL

Encontro de Narrativas de Comunicações e Artes

REALIZAÇÃO



DATA E LOCAL

11 e 12 de junho de 2015

Universidade de São Paulo - USP

Escola de Comunicações e Artes – ECA

São Paulo – SP - Brasil

A narrativa como eixo transdisciplinar do conhecimento

Marciel A. Consani

Claudia Cezaro Zanuso

Resumo

Este texto apresenta o conceito fundante de “Narrativa” como um eixo transdisciplinar que perpassa todas as áreas do conhecimento. Podemos dizer que esta transdisciplinaridade pode ser identificada pelo viés dos aspectos (1) social, (2) cultural e (3) epistemológico. Este raciocínio argumentativo sintetiza a proposta que deu origem, em 2012, ao Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN), vinculado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo (CRP) da ECA/USP. Entendido como um espaço multi-institucional para debate e troca de conhecimentos, o GENN — do qual os autores do artigo participam desde 2013 — congrega estudiosos e profissionais de diversas áreas e de atuação, unidos pelo interesse comum representado pelo conceito de narrativa e seus âmbitos de aplicação. Além das questões conceituais e teóricas envolvidas, buscaremos detalhar ao menos um caso empírico — a série de encontros “Pão com Manteiga” — que ilustra a aplicação do conceito de Narrativa como uma estratégia comunicacional diferenciada que objetiva estreitar os laços sociais dentro de um grupo humano.

Palavras-chave: Narrativa, Interdisciplinaridade, Epistemologia, Estratégia Comunicacional, Comunicação Empresarial.

Abstract

This article presents the founding concept of "narrative" as a disciplinary axis that runs through all areas of knowledge. We can say that this transdisciplinary can be identified by the aspects (1) social, (2) cultural and (3) epistemological. This argumentative reasoning summarizes the proposal which gave rise in 2012 to New Study Group Narratives (GENN), under the Department of Public Relations, Advertising and Tourism (CRP) of the ECA / USP. Understood as a multi-institutional space for debate and exchange of knowledge, the GENN - which the authors of the article are attending since 2013 - brings together scholars and professionals from various fields and activities, united by the common interest represented by the concept of narrative and its scope application. In addition to the conceptual and theoretical issues involved, we seek detailing at least one empirical case - the series of meetings "Pão com Manteiga" - which illustrates the application of the concept of “narrative” as a differentiated communication strategy which aims to strengthen the social bonds within a human group.

Keywords: Narrative, Interdisciplinary, Epistemology, Communicational Strategy, Corporate Communications.

Introdução

Este artigo pode ser considerado como um bom exemplo da produção multifacetada que caracteriza o Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN), uma instância voltada, originalmente, “o estudo e a reflexão acerca das narrativas na contemporaneidade” (ROMÃO, 2012).

O texto busca equilibrar o objeto de interesse nas narrativas contemporâneas partindo do estudo de um case no âmbito institucional, com o rigor de uma discussão embasada em aportes teóricos coerentes e fundamentados.

Nosso relato ressalta a participação em primeira pessoa na construção da proposta investigativa do grupo de estudos e na aplicação dos conceitos ali discutidos em nossa prática profissional diária.

A proposta original do artigo foi a de traçar um comparativo entre nova e velha narrativas, argumentando que a nova narrativa canaliza afinidades, privilegia o momento em que se narra e traz um protagonismo narrativo diluído, e a velha narrativa propunha afinidade, privilegiava a estrutura narrativa e apresentava uma impessoalidade absoluta do narrador. Ele também diferencia que a nova narrativa traz atemporalidade de fluxo, com compromisso com a referência, e a velha narrativa conteria a linearidade de fluxo e o compromisso com a autoria.

Na seção inicial do trabalho, os autores se apresentam e apontam as convergências em suas trajetórias para o encontro no GENN, ressaltando que a narrativa é objeto de interesse crescente de inúmeras abordagens de investigação e ação comunicacional.

Na segunda seção, apresentaremos um conceito básico de Narrativa e suas múltiplas interfaces socioculturais. Este aporte já representa uma derivação dos temas discutidos e das reflexões coletivas e colaborativas proporcionadas nos encontros periódicos e temáticos promovidos pelo GENN.

A terceira parte do texto se propõe a desenvolver a discussão pertinente à transdisciplinaridade que consideramos inerente à Narrativa, o que nos leva a um diálogo necessário com os estudos da Epistemologia.

O *Pão com Manteiga*, um evento promovido regularmente pela *KF Comunicação*, é apresentado na quarta seção de nosso trabalho como um exemplo do emprego da narrativa como uma estratégia de integração interpessoal dialógica.

A título de “Considerações Finais”, deixaremos alguns comentários sucintos sobre as possibilidades de desenvolvimento para as análises apresentadas.

1. O GENN como espaço aglutinador das reflexões sobre a narrativa

Diversos são os possíveis caminhos para a articulação de uma rede colaborativa de estudiosos interessados na prática reflexiva de estratégias comunicacionais. Trataremos, de modo resumido, como este processo se deu no interior do GENN.

1.1 Narrativa e pesquisa: articulando um grupo

O GENN foi institucionalizado dentro do departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo no mês de abril de 2012.

Ao longo de sua curta, porém intensa (e profícua) história, o GENN elevou seu número de colaboradores e definiu algumas linhas de interesse para orientar o debate e a produção de artigos acadêmicos — destinados a Congressos, periódicos científicos e pesquisas em nível de pós-graduação — e não acadêmicos — estes, visando a publicação como artigos para revistas, sites e livros.

Uma destas linhas, denominada “*Produções comunicacionais impressas e audiovisuais de conteúdos históricos*” propunha-se ao estudo das interfaces midiáticas pertinentes aos veículos impressos, som e imagem com foco nas perspectivas que as produções desta natureza oferecem para a comunicação institucional, e contou com nossa adesão imediata.

Nesta linha, invocamos como justificativa o surgimento e a necessidade apropriação, pelos comunicadores, de novos produtos comunicacionais postos a serviço das instituições. Estes, por sua vez, enquanto geradores de formatos e gêneros comunicacionais novos, criados pelos processos de fusão e hibridagem dos produtos comunicativos “tradicionais”.

Em se tratando de um grupo de pesquisa referenciado na área de Relações Públicas, era natural a aproximação ontológica entre as narrativas que se queriam investigar e a abordagem do *Storytelling*, bastante difundida no meio institucional. Este recorte, entretanto, foi logo expandido pela simples constatação de que os membros do grupo eram provenientes de áreas de estudo e atuação das mais diversas.

A título de apresentação, apresentaremos nossa trajetória individual, enquanto autores que compartilham este artigo, por entender que isso demonstra a transversalidade da Narrativa como objeto de interesse.

1.2 A convergência de distintos interesses

Claudia Cezaro Zanuso, formada em arquitetura e urbanismo pela FAU/USP, pós-graduada especialista em comunicação organizacional pela *Aberje/Eseg* em 2012, é sócia-diretora da *KF Comunicação* desde 2002, agência cujo foco de atuação está no relacionamento das organizações com seu público interno. Em 2008, estruturou o Núcleo Memória Empresarial, em sociedade com Suzana Vernalha, profissional de relações públicas, também formada pela USP, com o intuito de atuar no resgate e na organização da memória das empresas. Essa nova perspectiva de atuação dentro da comunicação empresarial, fez com que ambas se interessassem por integrar o Grupo de Estudos de Novas Narrativas, instituído em 2013.

Marciel A. Consani, professor doutor do curso de Licenciatura em Educomunicação do Centro de Comunicação e Artes (CCA) da ECA/USP, à época, desenvolvia uma pesquisa de pós-doutorado junto ao Instituto de Artes da Unicamp. A investigação em questão implicava na realização de pesquisa de campo junto a escolas públicas da rede estadual do estado de São Paulo, com o compromisso de testar a viabilidade de estratégias pedagógicas envolvendo comunicação, educação articuladas pela Narrativa.

De certa forma, a referida pesquisa representava a síntese de uma trajetória na educação, iniciada ainda no início dos anos 1990, como professor de artes (Arte-Educador) e conectada à atividade de pesquisador em interfaces comunicação/educação/tecnologia que em instituições como a PUC-SP e a Unesp e culminou com a obtenção do título de Doutor em Ciência da Comunicação pela ECA/USP.

A convergência de interesses a que nos referimos no título desta subseção, enriquecida pela diversidade de vivências de cada um de nós se reflete na concepção do presente texto, conciliando as abordagens institucional e acadêmica em torno de um esforço coletivo para construir uma visão diferenciada da Narrativa, tal como assinalamos na proposta do GENN.

Na sequência, apresentaremos um conceito básico de Narrativa e suas múltiplas interfaces socioculturais. Este aporte já representa uma derivação dos temas discutidos e das reflexões coletivas e colaborativas proporcionadas nos encontros periódicos e temáticos promovidos pelo grupo.

2. O Fio da Narrativa

As reuniões do GENN propiciaram um processo lento e seguro para discussão do conceito de Novas Narrativas que viria a ser empregado por seus membros, garantindo a necessária consistência ontológica e epistemológica. Na próxima etapa deste trabalho, existe a expectativa de que publicações de maior fôlego em nome do grupo e de seus investigadores possa retificar os avanços obtidos.

2.1. Construindo um pensamento próprio sobre a Narrativa

O ponto de partida para alicerçar um conceito próprio sobre a Narrativa, no âmbito do GENN, se apoiou em referências tão distintas quanto a *Poética* de Aristóteles e o *Dicionário Priberam* da Língua Portuguesa. Ao longo dos encontros mensais regulares promovido pelo grupo, foram significativas, também, as contribuições do russo Vladimir I. Propp e do norte americano Joseph Campbell (ABERJE, 2012).

Logo, porém, se tornou patente a necessidade de alinhar estes referenciais e acomodar uns tantos outros, dada a dimensão do objeto de estudos e tentando ser fiel à proposta original do GENN, no que tange a delimitar e mapear o que haveria de “Novo” nas narrativas contemporâneas.

Assim, paralelamente ao esforço dedicado à conceituação específica do que o GENN considera Narrativa — respaldado pela organização de um Quadro Teórico de Referências robusto e consistente — afirmamos o entendimento de que a comparação entre as dinâmicas e elementos constituintes do “velho” e do “novo” narrar, poderiam fazer avançar nossa investigação.

O que defendemos, em suma, é a ideia de que a Narrativa serve como uma construção articuladora de sentidos e significados na mente dos interlocutores, tanto de quem narra (o narrador) quando daquele que presencia o ato de narrar (o narratário).

Ato contínuo, passamos à construção de um quadro axiomático contraponto as narrativas Novas e Velhas, cujos aportes mais marcantes reproduziremos aqui.

Dado o pouco espaço para aprofundar esta comunicação, nos limitaremos a mencionar quatro aportes narrativos, pela ordem (1) quanto à fonte; (2) quanto à função; (3) quanto à forma e (4) quanto à relação narrador/Narratário.

2.2. A Narrativa e suas fontes

A presença de elementos e estruturas definidas nas narrativas populares do gênero fantástico, o chamado “Conto Maravilhoso” (Propp, 2002) deu grande impulso às abordagens estruturalistas que vicejariam até década de 1960. Verdade seja dita, os estruturalistas da vertente francesa, como Barthes e Lévi-Strauss aprofundariam suas divergências em relação ao formalismo russo (vertente no qual, Propp, à revelia, era enquadrado) demonstrando, por outro lado, uma grande preocupação com o viés antropológico em suas análises.

A perspectiva das narrativas primordiais, incluídas na “supercategoria” do *Mito* renovou o interesse a respeito do storytelling. A partir dos anos 1970, esta abordagem refletiu diretamente nos grandes centros de produção cultural — inclusive, Hollywood — estabelecendo um padrão calcado na Jornada do Herói (Campbell, 2012) que prevalece até os dias de hoje, tendo sido adotado pela Publicidade e pelo Jornalismo.

Acentuar este caráter perene da narrativa, tentando atualizar seus elementos dramáticos (personagens, conflitos, situações) mas conservando a intencionalidade de seu discurso, evidencia a intencionalidade moralista (às vezes, de fundo religioso) que impregna as narrativas tradicionais.

Entretanto, vivemos numa fase pródiga em narrativas, veiculadas no sistema cultural que compartilhamos, o qual, nos dias de hoje, assume dimensões literalmente planetárias. As modernas fontes narrativas já não se limitam mais à reprodução e atualização de velhas fórmulas ou clichês, embora isto ainda se realize em larga escala: todos os dias, novas narrativas, pessoais ou corporativas, são geradas e veiculadas, com os mais variados conteúdos e finalidades.

Podemos acrescentar ainda que as fontes “coletivas” (tribos, redes sociais) que se colocam como fontes narrativas “alternativas”, fazem-no buscando a cumplicidade de seus interlocutores, a qual se manifesta preferência por expor a intimidade e experiência pessoais de vida.

É cedo para dizer se esta dinâmica “espontânea” na criação e disseminação de narrativas encerrará de vez o ciclo de autoria que nos permitiu conectar-nos às origens culturais de nosso pensamento. Entretanto, este permanece como um ponto de destaque na nossa problematização.

Trataremos agora da função ou finalidade diferenciadas que podemos reconhecer nas novas formas de narrar.

2.3. Narrar para quê?

É fácil entender a intenção de uma narrativa moral: ela pretende, antes de tudo, incluir-nos dentro de um sistema de valores o qual se espera que compartilhemos. Tomemos como exemplo a fábula “A Cigarra e a Formiga”, compilada por La Fontaine²²²: ela resume, de maneira extremamente clara o pensamento do que se convencionou chamar “Ética Protestante”: o trabalho justifica a existência, enquanto o ócio se torna um pecado mortal.

Esta comunicação direta e simples, ainda que metafórica (e antropomorfizada) é unívoca e decididamente pedagógica, na acepção mais tradicionalista do termo.

É difícil, nos dias de hoje, observar a mesma singeleza na miro parte das narrativas. De um lado, a rapidez da sucessão tecnológica distancia gerações contíguas que, cronologicamente próximas, se tornam culturalmente distanciadas, pois novos códigos de conduta e compreensão do mundo surgem, envelhecendo precocemente os que os precederam. Então, o narrar também ganha novas funções, no sentido de garantir um mínimo de coesão dentro das matrizes culturais hegemônicas, orientadas agora para outras formas de identificação/integração social.

Num viés negativo, podemos intuir que o conjunto de valores que garantiria aquela coesão social foi simplificado até o limite no denominador comum do “Consumo”. Entretanto, a questão é bem mais complexa, uma vez que não lidamos com uma dinâmica narrativa unidirecional, mas da própria apropriação de sua função pelo público, que agora reivindica *status* de interlocutor.

Por outro lado, a Nova Narrativa valoriza o aspecto “comum” que antes era omitido, mas continua em muitos casos apresentando características ou arquétipos mitológicos, pois o Herói de hoje, não simboliza a sociedade: ele é parte dela. Assim, o público precisa de histórias de conquistas reais para acreditar e parametrizar suas condutas e alinhar-se ao código moral com o qual se identificam.

O fator de imprevisibilidade presente neste rearranjo de papéis afeta diretamente a função das Novas Narrativas, uma vez que, como nos antigos mitos, ainda se buscam sentido e significação para a jornada. Agora, porém, não contamos com o mesmo nível de certezas pré-determinadas que as antigas narrativas transmitiam, materializando a crença na “Verdade Absoluta”.

²²² Escritor francês que viveu entre 1621 e 1695, célebre como fabulista.

2.4. Como se narra, hoje em dia?

Interatividade, hipernarrativa, comunidades de interesse, redes sociais digitais — muitos desses termos são replicados à exaustão quando tratamos da questão das Novas Narrativas e de seus formatos inovadores.

Grande parte dos teóricos que escreveu nas últimas duas décadas sobre comunicação relevou o papel da tecnologia como o grande divisor de águas na maneira como vemos o mundo e atuamos sobre ele. Uma análise um pouco mais aprofundada nos revelará que as metamorfoses do narrar já se estavam gestando antes mesmo que houvessem ferramentas tecnológicas que as levassem ao alcance de milhões de pessoas.

Algumas tendências parecem ter se imposto de forma evidente e irreversível, como, por exemplo, a opção pelos micro formatos, ou “micronarrativas”. A pressão midiática por veicular cada vez mais informação em menos tempo parece ser a base deste fenômeno, dentro do qual a peças comunicacionais se comprimem para atender um grau de atenção cada vez menor do público.

Também se fala, “apocalipticamente”, numa atenção dividida em vários suportes e canais, a qual se impõe como uma força nociva que reduz a capacidade intelectual dos jovens e crianças (KEEN, 2007).

Entretanto, tais temores parecem realmente exagerados frente a alguns aspectos, no mínimo interessantes que podemos associar às novas formas do narrar:

- a. A narrativa contemporânea, dialoga com nosso tempo, assim, ela privilegia o momento em que se narra.
- b. Em alguns casos, a nova narrativa se contrapõe às antigas mensagens de ensinamentos ligadas à ética e moral que já ficaram ultrapassadas. Por exemplo, hoje ela tende a se mostrar mais plural na aceitação da individualidade.
- c. Devido a uma menor preocupação autoral, os interlocutores da narrativa manifestam um interesse maior em sua disseminação, como forma de intervenção social.

É claro que tais aspectos também podem ser malversados, transformando-se em instrumentos veiculadores de discriminação e preconceito. Entretanto, os meios de comunicação dito “massivos” também não foram (e ainda o são) um instrumento preferencial na mão dos ditadores e regimes opressivos? Ao que tudo indica, este uso explicitamente manipulador-político das narrativas não funciona tão bem quanto antes.

2.5 E de repente, somos todos narradores

Já mencionamos o fato das narrativas contemporâneas permitirem a releitura da forma e do conteúdo das histórias, incitando o narratário a abandonar sua condição de ouvinte passivo e participar da construção das mesmas, numa espécie de jogo²²³.

O desapego à tradição e sua manutenção também se reflete no descompromisso deste mesmo público com o aspecto autoral, tão caro à modernidade. Assim, se durante boa parte da história conhecida, as histórias narradas foram apócrifas, com o estabelecimento da figura do “autor” — ainda quando estes são apenas compiladores, como o já citado La Fontaine, além dos H. C. Andersen e os Irmãos Grimm²²⁴, criou-se toda uma atitude de valorização (comercial, inclusive) da criação de narrativas.

De volta aos dias de hoje, a tendência “autoral” nos parece cada vez mais enfraquecida, de forma que a paródia ou a imitação pura e simples sem a menção do autor original passam a se afirmar como formas legítimas de narrar.

O desaparecimento, ou, melhor dizendo, a diluição do autor e de sua força, podem se caracterizar como uma ameaça ao modelo econômico utilizado na produção cultural. Trata-se do velho modelo de *Copyright* que se consolidou em meados do século XX. Este modelo ainda concentra grande poder e luta para se manter inalterado, numa batalha que, a médio prazo, parece irremediavelmente perdida.

Fora do âmbito econômico, o conflito já não parece tão exacerbado, e a relação do narratário com o narrador parece muito menos assimétrica do que nos albores da Modernidade.

Existem dois aspectos principais que podemos apontar como diferenciais da nova narrativa em relação à antiga: (1) as novas se mostram muito propensas a canalizar afinidades e “cooptar o interlocutor por simpatia” do que a ensinar e orientar explícita — e autoritariamente como as antigas. Também assinalamos (2) que o pacto social implicado na velha narrativa era lastreado na renúncia à opinião própria, obtida pela imposição de um raciocínio argumentativo (“Isto é o certo: acate-o!”). Em contraposição, as novas narrativas oferecem a possibilidade de se vivenciar seus conteúdos pelo parâmetro da fruição, do prazer de compartilhá-los no aspecto multissensorial com que se apresentam.

²²³ Não por acaso, na contemporaneidade, a narrativa hipertextual dos games está em alta, projetando até seu *modus faciendi* em outros campos, no fenômeno conhecido como *gamefication* (“gameficação”).

²²⁴ Aqui nos referimos, respectivamente ao escritor dinamarquês Hans Christian Andersen (1825-1875) e aos folcloristas alemães Jacob (1785-1863) e Wilhelm (1786-1859) Grimm, mundialmente reconhecidos por suas coletâneas de contos populares.

Depois de havermos contextualizado os aportes produzidos dentro da dinâmica investigativa do GENN, apresentaremos um breve adendo sobre a questão da Transdisciplinaridade, apontando este conceito como uma categoria de fundamental importância para a identificação do case aqui relatado como uma nova narrativa inserida num processo de construção dialógica de conhecimentos.

3. Narrativa e Transdisciplinaridade

A discussão pertinente à transdisciplinaridade que consideramos inerente à Narrativa, nos leva a um diálogo necessário com os estudos da Epistemologia. Antes de tudo, cabe colocar aqui uma delimitação mais precisa do que consideramos “conhecimento”, o qual entendemos como objeto principal daquela ciência:

Por conhecimento entendemos tanto os atos cognitivos como os resultados cognitivos. Os atos cognitivos são certas atividades mentais tais como o perceber, lembrar, o julgar, e, mais ainda, o raciocinar, o refletir, o inferir e assim por diante. As asserções científicas podem servir como exemplos de resultados cognitivos, as asserções científicas não são atividades mentais, portanto, não devem ser incluídas entre os atos cognitivos, A lei da gravidade ou o teorema de Pitágoras, não são, de maneira alguma, fenômenos mentais, mas o significado dos enunciados mediante os quais estas leis são formuladas. (AJDUKIEWICZ, 1979, p.7)

O resgate conceitual acima, nos faz refletir sobre o alto grau de especialização e abstração mobilizados nas ações de apropriação de conhecimento, isto é, do que chamamos de “aprender”. Parte desta complexidade pode ser justificada pelos limites impostos pelo chamado “estatuto disciplinar”, aos quais se contrapõe a lógica da transdisciplinaridade. Segundo D’Ambrosio (2001)

O essencial da transdisciplinaridade reside na postura de reconhecimento de que não há espaço nem tempo que permitam julgar e hierarquizar como mais corretos — ou mais certos ou mais verdadeiros — os diversos complexos de explicações e de convivência com a realidade. (D’AMBROSIO. 2001, p.79-80)

Apoiados nesta fundamentação, e nas discussões vivenciadas ao longo de nossos encontros no GENN, ousamos propor que a abordagem transdisciplinar do conhecimento pode ser concretizada com o estabelecimento de “Eixos Transdisciplinares”, os quais, metaforicamente, funcionariam como pontes ligando entre si diferentes campos de conhecimento ou áreas de especialidade.

Esta abordagem já foi empregada anteriormente, por sinal, na pesquisa mencionada no item “1.2” do presente texto, cujos aportes teóricos foram apreciados, no relatório final, pelo parecerista do órgão de fomento financiador da mesma (Fapesp).

A etapa seguinte de nosso desafio investigativo consiste em confirmar se a Narrativa pode representar, efetivamente, este eixo transdisciplinar ambiente num diferenciado do espaço escolar, mas que poderia ser contextualizado como um espaço educacional “não-formal”.

A distinção que conta, neste caso, seria entre as ações altamente estruturadas propostas pela Educação Formal e que tem como *locus* a escola, daquelas articuladas de forma mais livre, em espaços alternativos, porém, sem abrir mão da intencionalidade educativa. É nesta ótica que faremos a apresentação de nosso caso estudado.

4. Narrativas como educação não-formal: o case “Pão Com Manteiga”

O “Pão com Manteiga” (*PCM*) se caracteriza como um evento presencial e periódico destinado à troca de experiências entre profissionais de comunicação, baseado numa exposição dialogada temática protagonizada por um profissional de reconhecido saber para um grupo restrito de convidados.

Do ponto de vista da comunicação institucional, o problema inicial suscitado pela estratégia do encontro poderia ser assim enunciado: “— Como ser relevante a ponto de atrair público e manter a periodicidade dos encontros presenciais no formato de nova narrativa compartilhada e dialogada”?

4.1. A história do “PCM”

O ano de 2002 marcou a primeira década de existência da *KlaumonForma Comunicação — KF Comunicação*²²⁵. Desde sua origem, o propósito foi o de contribuir de alguma maneira com a formação dos profissionais dedicados à comunicação empresarial por meio de discussões sobre o que, desde sempre, foi a principal vertente de atuação da agência: **a comunicação interna como ferramenta estratégica para os negócios.**

Foi assim que surgiu o evento *PCM*, um café-da-manhã realizado mensalmente para reunir profissionais interessados em trocar ideias sobre um tema determinado, sempre apoiados por um especialista. O nome pretendia traduzir a simplicidade que se queria imprimir ao debate, permitindo a total liberdade na exposição de ideias e experiências, proporcionando assim, uma forma de aprendizado aos seus participantes.

Um registro da conversa é publicado em mídias digitais, com ênfase para *site* e o *blog* da agência. Com cento e onze edições realizadas, o *PCM* já se transformou em um

²²⁵ Cf. <http://www.klaumonforma.com.br/>.

sucesso, configurando-se na mais eficiente ferramenta de relacionamento da agência e um grande case no mercado, constantemente citado como referência por profissionais de comunicação empresarial.

O encontro inaugural aconteceu em julho de 2002, tendo como tema “A Comunicação interna no organograma da empresa”, tendo como convidado o Professor Dr. Paulo Nassar, docente da ECA-USP e dirigente da Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial²²⁶).

A fórmula básica do Pão com Manteiga permanece a mesma desde sua concepção. A agência é responsável por detectar um assunto relevante por mês (sem nunca perder o foco na área de comunicação empresarial), destacar um especialista no assunto para estimular a geração de conhecimento e contribuir para a atualização profissional dos convidados, sejam, ou não clientes da agência.

Além de entender que ele representa um processo de educação profissional não-formal, como dito anteriormente, podemos considerar que, aqui, o emprego da narrativa representa uma estratégia de integração interpessoal de natureza dialógica.

Em 2009, o Pão Com Manteiga chegou à sua 60ª edição, número digno de comemoração, levando-se em conta a informalidade do evento. Pouco tempo antes, a *KlaumonForma* havia recém-criado o *Núcleo de Memória Empresarial*, uma nova área de atuação, com o objetivo de resgatar a história das empresas como forma de rever seu passado utilizando-o como ferramenta de gestão, transformação e reforço de sua identidade. A ocasião foi comemorada com um evento especial, com a presença de três consultores: o já mencionado Prof. Dr. Paulo Nassar Beto do Valle, Sócio da *Terra Fórum*²²⁷ (especialista em gestão do conhecimento e educação corporativa) e Miriam Mizuno, responsável pelo *Espaço Memória do Itaú-Unibanco*²²⁸, criado para resgatar, preservar e disseminar a memória daquela empresa.

Em novembro de 2013 foi realizada a 100ª edição sobre o tema *Novas Narrativas*, com o Prof. Dr. João Carrascoza, um encontro especial e comemorativo, quando foi lançado o livro *100 Frases Inspiradoras para o dia a dia de quem trabalha com comunicação empresarial*. Até maio de 2015 já foram realizadas 111 edições.

4.2. O PCM como uma Nova Narrativa não digital

²²⁶ Cf. <http://www.aberje.com.br/>.

²²⁷ Cf. http://www.terraforum.com.br/globant_brasil.html.

²²⁸ Cf. <https://www.itaubr.com.br/sobre/memoria/>.

A partir da década de 2000, registrou-se uma forte tendência de migração de conteúdos físicos para o ambiente digital. Na época, Levy salientava que o ciberespaço permitia a combinação de vários dispositivos e interfaces interativos, que favorecem a co-construção, tais como: o correio eletrônico, as conferências eletrônicas, o hiperdocumento compartilhado, os sistemas avançados de aprendizagem ou de trabalho cooperativo. Lévy (ibid., p.92) define ciberespaço como:

[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso (ibid., p.69).

De certo modo, as palavras visionárias de Lévy, em alguma medida já antecipavam a natureza co-autoral das mídias sociais presentes na Web 2.0. Curiosamente, o Pão com Manteiga lançado justamente naquele contexto, na contramão da tendência “digital”, e, certa forma, voltando às origens da civilização, no sentido e propor um encontro presencial dialogado, ao redor de uma mesa.

O ineditismo do formato, foi um dos grandes desafios pela necessidade de mobilizar os convidados a confirmarem presente no local do evento, despendendo energia para o deslocamento, atenção e disponibilidade de tempo.

Outro aspecto inovador foi estabelecer um ritmo para o diálogo priorizando o “recurso tempo” frente ao volume de informação. Novamente, em uma sociedade que se voltava para o imediato, para o acessível instantaneamente por meio da navegação na *web*, propor um formato presencial, mensal e somente com foco em um tema, transgrediu qualquer recomendação, na época.

Podemos com isso, analisar que faz parte da construção de uma nova narrativa, também o contraponto ao *status quo* da narrativa corrente ou comum.

Nesse estudo de caso do *PCM*, isso ocorre desde a proposta inicial de reunir um grupo de pessoas para conversar presencialmente sobre um tema de interesse comum, garantindo um tempo de permanência de uma hora e meia a duas horas, suficiente para conceituação, análise, divagações e conclusões, e, portanto, uma abordagem aprofundada de conteúdo

Considerações Finais

Este preâmbulo introduz aquela que, talvez, seja a maior motivação para fundação do GENN: a premissa de que os diversos eixos que abordam a narrativa convergem para a construção de um “painel” ou “mosaico”, de onde se possa vislumbrar o objeto epistemologicamente reconstruído.

As profundas transformações por que passa o cenário empresarial têm evidenciado a importância de as organizações aprenderem como fazer a Gestão do Conhecimento, tornando-se este um fator crucial e diferenciador para o sucesso. Como o público alvo do Pão com Manteiga é o comunicador empresarial, entende-se que o evento colabora para uma nova base de argumentação deste profissional em seu ambiente de trabalho, a ponto de fortalecer suas posições e conquistar espaços mais estratégicos dentro da organização, na medida em que a narrativa do encontro propicia a aprendizagem individual e em equipe, que aumentam sua competência e melhoram sua tomada de decisão.

Assim, podemos entender o *PCM* como uma forma de Nova Narrativa, na medida em que ele se revela uma prática para qualificar e gerar valor para a informações, por meio do diálogo entre especialistas e interessados, enriquecido pela troca de experiências entre os convidados.

Em termos conceituais, representa a valorização da micronarrativa, se estendermos este conceito para um recorte das experiências cotidianas; estimulando o aprendizado “indivíduo a indivíduo”; pela reflexão e análise em ambiente neutro e convidativo, sem pressões por gestão ou por hierarquia, livre de relações de poder: ou seja, tudo o que se espera de um ambiente efetivo de educação não-formal.

No âmbito da comunicação institucional, podemos identificar um alinhamento com os pensamentos de Denning (2006) que nos ensina como a habilidade de contar histórias é uma das melhores maneiras de lidar com os grandes desafios da liderança — promover a ação, estimular as pessoas a trabalharem em conjunto e liderar em direção ao futuro, o Pão com Manteiga deve ter vida longa, pelo menos enquanto existirem profissionais de comunicação interessados no desenvolvimento em suas carreiras.

Do ponto de vista das investigações em curso no GENN, o caso aqui relatado pode oferecer indícios pertinentes sobre os elementos “diálogo” e “educação não-formal” no contexto da Nova Narrativa enquanto eixo transdisciplinar de conhecimento.

Referências

ABERJE. Matéria institucional publicada em 22/11/2012, acessada em 15/05/2015, disponível na URL http://www.aberje.com.br/acervo_not_ver.asp?ID_NOTICIA=7767 .

AJDUKIEWICZ, Kazimierz. Problemas e Teorias da Filosofia: Teoria do conhecimento e metafísica. Livraria Editora Ciências Humanas, São Paulo, 1979.

BARTHES, Roland (Org.). *Introdução à Análise Estrutural da Narrativa*. Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2011.

CAMPBELL, Joseph. *O Poder do Mito*. São Paulo, Palas Athena, 2012.

D'AMBROSIO, Ubiratan. *Transdisciplinaridade*. São Paulo, Palas Athena, 2001.

DENNING, Stephen. *O poder das narrativas nas organizações: o guia para líderes sobre o uso da técnica de narrativas*. Trad. Ricardo Vieira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

KEEN, Andrew. *O culto do amador como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. São Paulo, Zahar, 2007.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

PROPP, Vladimir I. *Morfologia do Conto Maravilhoso*. São Paulo, Editora Forense Universitária, 2002.

ROMÃO, Bruna. "ECA cria grupo de estudos para discutir narrativas contemporâneas". Reportagem online publicada em 05/06/2012, acessada em 15/05/2015, disponível na URL <http://www5.usp.br/11657/grupo-de-estudo-de-novas-narrativas-e-criado-na-eca/>.