

E-BOOK

CONEXÃO E PÓS

**DIÁLOGOS E INTERSECÇÕES
NA PESQUISA DISCENTE**

**PROGRAMA DE
PÓS-GRADUAÇÃO EM
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**



**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

The background of the entire page is a complex network of thin grey lines connecting various sized grey dots, creating a web-like structure. The dots are scattered across the page, with some appearing larger than others, and the lines form a dense, interconnected pattern.

CONEXÃO E PÓS

DIÁLOGOS E INTERSECÇÕES
NA PESQUISA DISCENTE

Conexão Pós: Diálogos e Intersecções na Pesquisa Discente
Organização: Roseli Figaro, Mayra Rodrigues Gomes

Autores

Alexandre Regattieri Bessa, Amanda Cristina Oliveira, Bruna Seibert, Camila Acosta Camargo, Camila Verbisk Alcântara Bonfim, Carlos Augusto Tavares Junior, Dani Gurgel, Daniela dos Santos Domingues Marino, Eduardo Nunomura, Fernando Garbini Cespedes, Lucas Martins Néia, Mauricio Nascimento Cruz Filho, Raul Ernesto Pereira, Rogério Pelizzari de Andrade, Sandra Pereira Falcão, Sílvia Góis Dantas, Simone Alves Carvalho, Sonia Regina Soares da Cunha, Taiguara Belo de Oliveira

Curadoria

Ana Flávia Marques, Eliane Almeida, Bruno Ferreira, Jamir Kinoshita, Camila Acosta Camargo, André Peruzzo

Colaboração

Rosana Mauro, Tomaz Penner

Comissão Científica

Claudia Lago, Daniela Osvald Ramos, Elizabeth Nicolau Saad Côrrea, Eneus Trindade Barreto Filho, Heloiza Helena Matos e Nobre, Luciano Victor Barros Maluly, Marciel Consani, Maria Aparecida Ferrari, Rafael Grohmann, Vinicius Romanini, Vitor Souza Lima Blotta, Wagner Souza e Silva

Capa

André Peruzzo

Projeto gráfico e editoração eletrônica

Robson Santos | Tikinet

1ª edição: 2018

Casa Editora ECA-USP, São Paulo

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

C743 Conexão pós: diálogos e intersecções na pesquisa discente [recurso eletrônico] /
 organizadoras: Roseli Figaro, Mayra Rodrigues Gomes. – São Paulo: ECA-USP,
 2018.
 239 p.

ISBN 978-85-7205-202-3

1. Comunicação 2. Comunicação – Pesquisa I. Título II. Figaro, Roseli III. Gomes,
Mayra Rodrigues

CDD 23.ed. – 302.2

Elaborado por: Alessandra Vieira Canholi Maldonado CRB-8/6194



Esta trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons
Atribuição - Não Comercial - Compartilha Igual 4.0 Internacional.

**É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria,
proibindo qualquer uso para fins comerciais.**

Sumário

Apresentação.....	8
--------------------------	----------

Mayra Rodrigues Gomes, Roseli Figaro

Caminhos da pesquisa discente: uma proposta de apoio.....	10
--	-----------

Eliane de Souza Almeida

CONEXÕES NAS PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

Reflexividade epistêmica na pesquisa empírica em Comunicação	12
---	-----------

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

A pesquisa em Comunicação: dez perguntas que nos desafiam	27
--	-----------

Vera Veiga França

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE CONSUMO E ORGANIZAÇÃO COMUNICACIONAL

A velhice conectada e suas representações na publicidade brasileira.....	41
---	-----------

Amanda Cristina de Oliveira

A diplomacia pública do Itamaraty: um estudo em relações públicas	50
--	-----------

Camila Verbisck Alcântara Bonfim

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE NARRATIVAS E AUDIOVISUAL

O jornalismo esportivo do Comitê Olímpico do Brasil: da pauta aos meios.....	63
---	-----------

Carlos Augusto Tavares Junior

Do passado ao porvir, a nação contada em capítulos: uma história cultural da telenovela brasileira.....	73
--	-----------

Lucas Martins Néia

**Gerações femininas em (re)construção: o discurso da
série televisiva 3 Teresas..... 84**

Sílvia Góis Dantas

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E CIDADANIA

**As gibitecas como polos fomentadores de cultura e de
exercício da cidadania 97**

Daniela dos Santos Domingues Marino

Interfaces colaborativas em Comunicação e educação ambiental 108

Sandra Pereira Falcão

**Comunicação pública e saúde comunitária: o capital social na
Pastoral da Saúde 118**

Simone Alves de Carvalho

**O novo protagonismo cultural: um breve panorama da
relação entre coletivos e políticas públicas em São Paulo 129**

Taiguara Belo de Oliveira

**A Educomunicação na prática pedagógica
católica no Brasil..... 139**

Maurício Nascimento Cruz Filho

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE MULTIMÍDIA, CIBERCULTURA E ESTUDOS DOS MEIOS

Uma radiografia da questão regional no jornalismo impresso 150

Eduardo Nunomura

**O método Delphi nas Ciências da Comunicação: um estudo da
sua aplicação com sete artistas musicais independentes 162**

Dani Gurgel, Alexandre Regattieri Bessa

Ser sonoro: ensaios sobre a música como forma de habitar 175

Fernando Garbini Cespedes

Atribuição de confiança em rede: os fatores que formam os grupos de referência 186

Bruna Seibert

Imagem-rede: a influência da circulação em rede na produção imagética 195

Raul Ernesto Pereira

Educação mediada pela referência musical dos alunos: percepções dos professores 204

Rogério Pelizzari de Andrade

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE TEORIAS E EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil 217

Camila Acosta Camargo

O jornalismo brasileiro na TV Aberta 227

Sonia Regina Soares da Cunha

Apresentação

O Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação apresenta aos leitores o e-book **Conexão-Pós: Diálogos e Intersecções na Pesquisa Discente**, resultado de um trabalho coletivo encabeçado pelos pós-graduandos (as) do programa. São artigos nos quais se mostram o estágio da pesquisa de cada autor. São pesquisas já discutidas e aprovadas em exames de qualificação. Eles e elas expõem em seus artigos sínteses do momento de investigação.

O trabalho coletivo de produção e edição deste livro também incorpora dois importantes artigos em que se discutem as questões teórico-metodológicas das pesquisas em Comunicação. Vera Veiga França, UFMG, com *A pesquisa em Comunicação: dez perguntas que nos desafiam*, e Maria Immacolata Vassalo de Lopes, USP, com *Reflexividade epistêmica na pesquisa empírica em Comunicação*, nos trazem questões fundamentais para orientar as investigações em nível de pós-graduação.

As contribuições aqui consolidadas desenham um panorama de estudos na área de comunicação de forma a constituir importante fonte de reflexão para aqueles que estão no olho do furacão do processo de produção e desenvolvimento de propostas de pesquisa em nível de pós-graduação. Apresentam um cenário em que as questões sobre políticas públicas, envelhecimento, relação comunicação/educação, ativismo político, jornalismo e a identidade nacional via TV transbordam do cotidiano para ganharem o status de problemas científicos a serem investigados no campo da comunicação. Também nos dão mostra dos temas de interesse de uma nova geração de pesquisadores, temas vinculados a preocupações que envolvem o bem-estar da sociedade brasileira em transformação.

Além da relevância das problemáticas de pesquisa, do engajamento dos discentes pesquisadores, das vertentes de inspiração, é preciso ressaltar o esforço coletivo de divulgação de trabalhos que caracteriza esse processo. Arrolados nesta publicação, tais trabalhos são expostos à comunidade acadêmica para que alicercem interlocuções, contribuam e recebam contribuições a partir das discussões que poderão suscitar.

Mayra Rodrigues Gomes / Roseli Figaro



Caminhos da pesquisa discente: uma proposta de apoio

*Eliane de Souza Almeida**

Até meados de 2016, os alunos do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da USP tinham como atividade institucional obrigatória a participação na Jornada Discente. O objetivo dessa iniciativa era apresentar os projetos de pesquisa em andamento.

Muitos destes trabalhos, ainda em seu início, ao serem apresentados, demonstravam o quão verdes estavam, deixando os pesquisadores bem mais inseguros.

Sabemos o quanto é solitária a vida do pesquisador e como a dedicação ao próprio trabalho dificulta o encontro e a troca de experiências entre mestrandos e doutorandos.

Foi pensando numa forma de estimular o encontro entre discentes/pesquisadores que pós-graduandos, provocados pela Profa. Dra. Roseli Fígaro, coordenadora do PPGCOM, se reuniram para pensar um novo formato para a atividade. Nascia, assim, o 1º Conexão Pós: Diálogos e Intersecções na Pesquisa Discente.

Os trabalhos mostrados foram divididos em Grupos de Trabalho que deram conta de organizar, a partir dos temas, o universo das pesquisas discentes que se encontram, na atualidade, no prelo.

É um imenso prazer fazer parte deste Grupo, que inaugura uma nova proposta e que se torna, a partir desta publicação, uma atividade criada por discentes, para discentes e institucionalizada pela USP.

Que se construam novas Conexões!

* Doutoranda em Interfaces Sociais da Comunicação, pesquisadora do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da ECA/USP e representante discente da Comissão de Pós-Graduação da ECA/USP.

The background of the entire page is a complex network diagram. It consists of numerous small, light gray circular nodes connected by thin, light gray lines. Some nodes are larger and darker gray, indicating they are more central or have more connections. The overall effect is a dense, interconnected web of lines and dots, symbolizing communication, research, or data networks.

CONEXÕES NAS PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO

Reflexividade epistêmica na pesquisa empírica em Comunicação

*Maria Immacolata Vassallo de Lopes**

Resumo: A pesquisa empírica em Comunicação é tomada como objeto de análise a fim de trazer para o interior da própria prática da pesquisa duas questões epistemológicas, a reflexividade e o relacionismo. Para isso, trabalho as propostas de Bachelard e de Bourdieu sobre a epistemologia histórica e operatória e o campo científico para a construção do conhecimento social. O conceito de reflexividade é recuperado desde sua originária perspectiva racionalizante até a visão plural da “modernidade reflexiva” fundada em práticas de ordens epistêmica e social. Enquanto prática epistêmica, analiso a reflexividade nas operações de ruptura e de construção do objeto científico e nas relações triádicas entre sujeito, objeto e conhecimento.

Palavras-chave: Reflexividade. Epistemologia. Pesquisa empírica.

Introdução

Nas ciências sociais, o progresso do conhecimento pressupõe progresso em nosso conhecimento das condições de conhecimento.

Pierre Bourdieu

Tomando como objeto de reflexão a pesquisa empírica em Comunicação, pretendo pontuar algumas questões de ordem epistemológica e metodológica tais como as concebo a partir do lugar em que se encontram, isto é, na própria *prática da pesquisa* que é em essência uma *prática metodológica*. Defino a metodologia da pesquisa como um processo de tomada de decisões e de opções pelo investigador que estruturam a

* Professora titular da Escola de Comunicações e Artes da USP. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com pós-doutorado na Università di Firenze, Itália. Coordenadora e professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. Coordenadora e pesquisadora da rede de pesquisa internacional OBITEL (Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva). Autora de livros e artigos nas áreas de epistemologia, metodologia e ficção televisiva, no Brasil e no exterior. É pesquisadora do CNPq. E-mail: immaco@usp.br

investigação em níveis e em fases, cujas operações metodológicas se realizam num espaço determinado que é o espaço epistêmico.¹

Portanto, o ponto de vista que rege estas considerações é metodológico *lato sensu*, isto é, interno ao fazer científico e onde elas se confundem com a reflexão epistemológica. Dois pontos devem ser destacados de antemão neste enfoque. O primeiro é que a epistemologia é tomada na tradição bachelardiana, no plano do desenvolvimento histórico da ciência e no nível operatório, do aqui e do agora, isto é, como prática metodológica, entendendo que a reflexão epistemológica opera *internamente* à prática da pesquisa. Dito de outra maneira, os princípios de cientificidade operam internamente à prática científica, uma vez que a crítica epistemológica é que rege os critérios de *validação interna* do discurso científico, que são firmados de acordo com os requerimentos específicos de uma ciência em um determinado momento de seu desenvolvimento. O segundo ponto é que esta perspectiva epistemológica deve necessariamente envolver critérios de *validação externa*, apoiados na crítica feita pela sociologia da ciência ou do conhecimento. Como diz Bourdieu (1999, p.87), “é na sociologia do conhecimento que se encontram os instrumentos para dar força e forma à crítica epistemológica, revelando os supostos inconscientes e as petições de princípio de uma tradição teórica.”

Entendo, assim, a prática da pesquisa como prática epistêmica *sobredeterminada* pelas condições sociais de sua produção, que são as que regem o funcionamento do campo científico ou intelectual *tout court* dentro de uma sociedade numa dada época. E, igualmente, como prática que possui uma *autonomia relativa* sustentada por uma lógica interna de desenvolvimento e de autocontrole de operações metodológicas, o que impede que ela se converta numa mera caixa de ressonância de normas externas e, portanto, em discurso totalmente ideológico. São, portanto, duas lógicas que se inserem na estrutura de qualquer pesquisa, um *tempo lógico*, regido pela epistemologia e a metodologia científica e por um *tempo histórico*, regido pela sociologia da ciência ou do conhecimento². Ao final, a prática da pesquisa é concebida como um campo de forças, submetida a determinados *fluxos e exigências internas e externas do conhecimento*.

Essa concepção de epistemologia inscrita nas práticas de pesquisa faz com que ela seja incorporada como um nível ou instância metodológica de toda pesquisa. O que leva

1 Elaborei a noção de *prática da pesquisa* como tomada de decisões e de opções que se expressam em níveis e fases metodológicas e formalizei-a em um modelo para a pesquisa empírica em Comunicação (Lopes, 1990). A partir desse modelo, fui realizando atualizações críticas sobre o estado da questão da pesquisa e do campo da Comunicação. Ver Lopes (1999, 2003, 2007).

2 Sobre a natureza dessas duas temporalidades, ver Goldschmidt (1963).

a criticar e lamentar o descaso pelas questões epistemológicas nas pesquisas empíricas de Comunicação, fruto da deficiente formação em pesquisa e da herança de uma razão instrumentalizada de ciência, possivelmente a mesma que identifica a Comunicação como ciência social “aplicada” na classificação institucional em que seus estudos são rubricados.

Reflexividade como prática social e prática epistêmica

Pedra angular da epistemologia, a reflexividade tem sido, desde sempre, entendida como crítica da ciência, ciência da ciência, ou metadiscurso científico. O caráter reflexivo da prática da pesquisa é algo natural (não há ciência sem reflexão) e o exercício da reflexividade é indispensável para criar a atitude consciente e crítica por parte do pesquisador quanto às operações metodológicas que realiza ao longo da investigação. É também o questionamento constante a que deve submeter a construção, a observação e a análise de seu objeto de pesquisa. Essa reflexividade permanente, cultivada por parte do pesquisador, tende a tornar-se disposição intelectual possível de internalizar-se e constituir-se em *habitus* científico³. Como pretendo sustentar e demonstrar adiante, esse *habitus* é de natureza híbrida, combinando relações de objetivação e relações de subjetivação do pesquisador na construção de seu objeto de estudo.

É, portanto, na junção das noções de prática da pesquisa e de *habitus* intelectual que me proponho a discutir aqui aspectos da questão da reflexividade, que considero fundante e prévia a qualquer discussão dos obstáculos epistemológicos, dentro da pesquisa empírica, em geral, e na Comunicação, em particular.

O longo percurso do conceito de reflexividade

É interessante notar a ausência de trabalhos atualizados sobre o conceito de reflexividade, não obstante ele cumprir um papel decisivo no pensamento ocidental, como demonstra Domingues (2002). De uma forma ou de outra, esse conceito sempre apareceu associado ao que Descartes consagrou como o *cogito*, ou seja, *a capacidade da*

3 Segundo Bourdieu, “todo campo científico se apresenta como conjunto de recursos científicos herdados do passado que existem em *estado objetivado* sob forma de instâncias de consagração (academias, prêmios), publicações, instituições de ensino etc., e no *estado incorporado* sob forma de hábitos científicos, sistemas de esquemas gerados de percepção, de apreciação e de ação, que são o produto de uma forma específica de ação pedagógica e que tornam possível a escolha dos objetos, a solução dos problemas e a avaliação das soluções.” (1983, p.137). Fica assim notado o processo de socialização dos estudiosos dentro de uma prática de conhecimento estruturada, através da qual se forma tanto o *habitus científico* quanto a figura do *intelectual coletivo*, isto é, o conjunto dos produtores do conhecimento que afirmam sua autonomia da influência externa ao campo científico. Ver também Bourdieu e Wacquant (1992).

consciência de pensar-se a si mesma. É o papel da razão, em geral abstrata, desvinculada da corporalidade e da experiência ou, ao menos, superior e contraposta a estas. Por isso, no pensamento filosófico clássico, a reflexividade apresentou-se quase como um sinônimo de razão. O idealismo alemão assim a empregou, seguindo os passos do próprio Descartes. Kant, Hegel e Husserl foram marcos fundamentais na evolução do pensamento sobre a reflexividade, conceituada em termos eminentemente racionalistas. O século XX, através do pragmatismo, da psicanálise, de Wittgenstein, e mesmo de certas correntes da fenomenologia, buscou elaborar alternativas a essa perspectiva, com sucesso variado. Ainda que demonstrando a importância da “vivência” ou “experiência” diante da reflexão, Husserl foi um dos últimos grandes filósofos clássicos a retomar o conceito na acepção racionalista (e dualista) e no que tange à própria teorização da reflexividade. Essa concepção implicou, ademais, uma aguda separação entre sujeito e objeto, com o primeiro tendo de se converter absoluta e claramente no segundo para que a reflexão pudesse ter lugar. É assim que esse conceito foi legado à poderosa tradição fenomenológica contemporânea, de Heidegger e Sartre.

No campo das ciências sociais, a sociologia reintroduziu em larga medida essa abordagem em seu arcabouço conceitual. Schutz ([1932] 1979) abraçou decisivamente essa perspectiva, incorporando-a à sua noção de “mundo da vida”. Entretanto, influenciado fundamentalmente por Weber, Schutz elaborou uma definição e uma tipologia da ação social que reproduziam precisamente os mesmos problemas que se pode encontrar na matriz racionalista ocidental. Mead ([1930] 1962), autor que se acha no centro do pragmatismo norte-americano, avançou no sentido de elaborar uma concepção bastante distinta da fenomenológica, ao referir-se à atitude analítica e autocontrolada do sujeito na vida cotidiana e em tarefas, por assim dizer, banais. Deve-se a ele a crítica à concepção da experiência que não se mostra capaz de se tematizar em seu próprio curso e faz notar que a espontaneidade e consciência não seriam opostos.

Entretanto, será com Giddens (1991,1997) e com Beck (1992, 1997) que o conceito dará passos importantes para superar as limitações desse ângulo tradicional e estreito. Em suas obras sobre a *modernidade reflexiva* e a *sociedade de risco*, a reflexividade passa a ter por objeto a própria condição moderna de existência. Segundo esses autores, a premissa clássica de uma “teoria da reflexão da modernidade” poderia ser resumida em: quanto mais as sociedades são modernizadas, mais os sujeitos adquirem capacidade de refletir sobre as condições sociais de sua existência e, assim, modificá-las. No entanto, o conceito por eles introduzido de *modernização reflexiva* não implica

(como pode sugerir o adjetivo “reflexivo”) *reflexão*, mas antes reflexividade. Esta diz respeito à “autoconfrontação com os efeitos da sociedade do risco” (Beck, 1997, p.16), isto é, aos efeitos colaterais sobre os quais não temos controle nem dos quais com frequência temos conhecimento.

Para o que interessa aqui, é necessário notar a diferença entre os dois autores em relação à reflexividade praticada pela ciência e pelas pessoas comuns na sociedade moderna. Para Beck, a autoconfrontação como condição do homem moderno deve ser claramente distinguida do aumento do conhecimento e da “cientificação” no sentido de ela implica uma autorreflexão (mesmo crítica) sobre a modernização da sociedade. Por outro lado, para Giddens, a autoridade específica que a ciência um dia desfrutou – e que se transformou numa espécie de tradição – só poderia ser protegida na medida em que houvesse um isolante separando a especialização científica das diversas formas de possibilidade de conhecimento das populações leigas. O que o leva a apontar para o lugar-comum em que se tornou o fato de os especialistas discordarem entre si, e mais que isso, a reivindicação de legitimidade universal da ciência ter se tornado muito mais discutida do que antes (1997, p. 221).

Na esteira do debate desses autores acerca da “reflexividade expandida” na sociedade como uma das “consequências da modernidade” (abalo da confiança e da tradição, progressão do risco e da incerteza, diversidade de conhecimentos), eu diria que é possível afirmar que as tensões entre as diversas interpretações da ciência e as formas alternativas de reivindicação de conhecimento podem ser reconhecidas tanto na “ambivalência da modernidade” feita de otimismo e negatividade do Iluminismo, como aponta Bauman (1999), quanto nas lutas pela hegemonia ao lado dos domínios da ciência ortodoxa, que caracterizam as “estratégias de subversão” no campo científico, como nota Bourdieu (1983).

Assim, creio ser possível avançar um conceito de reflexividade capaz de abarcar a multidimensionalidade de suas articulações com a vida social e com os processos mentais e subjetivos individuais. Na maioria das vezes é uma *reflexividade prática* que se acha em pauta, mas nem por isso menos *significativamente orientada e variavelmente autorreferida*, a partir da qual “escolhas” são feitas, caminhos são traçados e rumos de vida, tomados.

A reflexividade mostra-se, assim, um vasto território, permeado por enfoques que recobrem diversos e díspares conteúdos, evidenciando ênfases distintas ao longo da história e da própria contemporaneidade. Portanto, é necessária uma conceituação que rompa com o racionalismo, não com a intenção de recusá-lo, mas de reservar-lhe o espaço empiricamente adequado.

Trazendo essas digressões para dentro da esfera do conceito de reflexividade que estou adotando, seria possível identificar no interior de qualquer processo de pesquisa científica uma *reflexividade prática*, característica da maior parte da vida, ações e movimentos, e que é compartilhada pelo especialista no seu meio ambiente social (daí ser possível chamá-la também de *reflexividade social*). E igualmente, uma *reflexividade epistêmica* ou *racionalizante*, específica de operações especialistas. Conseqüentemente, em condições de reflexividade epistêmica é possível assumir uma postura que configura claramente uma relação entre sujeito e objeto de conhecimento, condições essas que já não implicam a retomada do dualismo radical da racionalidade cartesiana.

Reflexividade epistêmica na pesquisa: ruptura e construção de conhecimento

Seguindo os passos de Bachelard⁴, as condições da gênese das teorias devem ser entendidas histórica e socioculturalmente. A perspectiva teórica adotada na análise da sociedade e da cultura é sempre entendida como um componente do próprio fenômeno que é objeto do estudo. Resulta daí que a reflexividade epistêmica praticada ao longo do processo de pesquisa incide e decide sobre o ajustamento entre o sujeito e o objeto de

4 Como afirmei, a concepção de epistemologia aqui adotada é marcadamente bachelardiana. (Ver Bachelard, 1938 [1996]; 1949 [1977], 1951[1975]. Dois eixos de sua extensa obra interessa destacar aqui: 1) a relação da razão científica com a empiria, ou seja, com a condição de romper com a razão do senso comum; 2) a concepção de “epistemologia histórica” que implica a ciência como um fato histórico, cultural e coletivo produzido por mentes individuais. Seguem alguns excertos esclarecedores: “A fenomenologia não alcança o momento do racionalismo dos conceitos, o instante da nova consciência, onde o racionalismo subitamente nega a história da aquisição das idéias para designar e organizar as idéias constitutivas. Enquanto o pensamento científico toma consciência desta tarefa de essencial reorganização do saber, a tendência a inscrever os dados históricos primitivos aparece como uma verdadeira desorganização. A tomada de consciência racionalista é pois nitidamente uma nova consciência. É uma consciência que julga seu saber e que quer transcender o pecado original do empirismo. (...) O conhecimento comum já não pode ser, no estado presente do saber científico, mais que um território provisório, um território pedagógico para por a coisa em marcha, para dividir em pedaços. Uma doutrina da ciência é desde já essencialmente uma doutrina da cultura e do trabalho, uma doutrina da transformação correlativa do homem e das coisas (1975, p.9).”; “O vínculo indissociável entre o ‘espírito trabalhador e matéria trabalhada’ presente no materialismo racional e no racionalismo aplicado exige o abandono das tradições filosóficas alicerçadas no realismo ingênuo, que remete o pensamento apenas ao mundo sensível, fortalecendo a crença de que o conhecimento científico é cópia fiel do que se apresenta ao pesquisador. Em contrapartida, a ciência de hoje é factícia, rompe com a natureza para construir a técnica. Constrói uma realidade, esculpe a matéria, dá finalidade às coisas dispersas (1975, p.10).”; “(...) o espírito científico deve necessariamente psicanalizar o pensamento íntimo, carregado de individualidade, responsável por condicionar o trabalho de reconstrução e reorganização racional. A inspiração que provém dos valores da imaginação, portanto essencialmente individual, pode acumular grandes efeitos de entusiasmo que afastam a ciência da objetividade (1975, p.11)”. Logo, a valorização do trabalho coletivo é acentuada por Bachelard, em detrimento da pesquisa isolada que denuncia os falsos valores enraizados na esfera da individualidade, fontes de constantes erros e obstáculos, verdadeiros entraves ao avanço do pensamento. Bachelard coloca em relevo o caráter social da ciência, ressaltando-a como fruto de um empreendimento coletivo, em oposição à imagem que acentua a cultura científica como resultado de uma atividade realizada por mentes solitárias.

conhecimento. Ela pode ser traduzida através do exercício permanente da vigilância, da crítica e da autorreflexão sobre os todos os atos da pesquisa em andamento.

Tratarei aqui de dois atos de reflexividade epistêmica que, a meu ver, são prévios a qualquer consideração sobre os obstáculos epistemológicos dentro da pesquisa empírica em Comunicação.

O primeiro é a ruptura epistemológica, ato de importância capital, pois marca a consciência da distância entre o objeto real e o objeto de ciência. Não cabe nos objetivos deste artigo aprofundar a espinhosa questão da relação entre ciência e conhecimento comum e o tratamento dado à reflexividade prática na pesquisa empírica. Porém, quer se trate apenas de uma ou mais rupturas (Santos, 1989) ou da necessidade de mergulhar no “saber local” (Geertz, 2001), e apesar de toda a polêmica epistemológica que essas questões implicam, creio que acima de tudo, é preciso criticar a “ciência espontânea” (Bourdieu, 1997). A predisposição de tomar, como dados, objetos pré-construídos pela língua comum é um obstáculo epistemológico amplamente notado nas pesquisas empíricas em Comunicação. Pode decorrer daí o efeito de obviedade que se tem diante de muitas delas. A reflexividade epistêmica alerta para a ilusão de transparência do real, fixa o plano da ciência como plano conceitual (que exige o trabalho dos e com os conceitos) e, principalmente, revela que o objeto não se deixa apreender facilmente, uma vez que é regido por uma complexidade constitutiva que o torna opaco e exige operações intelectuais propriamente epistemológicas e teóricas para a sua explicação.

O segundo ato de reflexividade epistêmica incide sobre a construção do objeto de pesquisa. O objeto é um sistema de relações expressamente construído, uma vez que o objeto não é dado, mas é construído. É construído pelo investigador através de um longo processo de *objetivação* que percorre toda a pesquisa, desde a escolha do problema para estudo, seu recorte e estruturação, passando pelos procedimentos técnicos de coleta dos dados e chegando à sua explicação ou teorização. A objetivação é aqui definida como pensamento autorreferencial que incide sobre as teorias, métodos e de técnicas usados na pesquisa, pois ela explicita enquanto estes conquistam, constroem e constataam o objeto de estudo. Tem-se assim a base epistemológica de elaboração do objeto empírico e do objeto teórico da pesquisa, base essa que permite submeter à interrogação sistemática os aspectos da realidade postos em relação por um conjunto de problemas teóricos e práticos que demandam conhecimento. Os pressupostos ou as respostas antecipadas a essas questões constituem o corpo de hipóteses da pesquisa que devem estar presas conceitualmente à problemática

teórica envolvida. Uma vez que os aspectos ou fatos da realidade não são dados, estes, quando obtidos através das técnicas de investigação, já implicam em supostos teóricos. A crítica epistemológica das técnicas deve ser feita já na própria construção do objeto rompendo com a tradicional visão da “neutralidade axiológica” das técnicas e passando a tomá-las pelo que são, isto é, *teorias em ato*, conforme tratarei adiante. Como se vê, o nível ou a dimensão epistemológica na prática da pesquisa não é algo abstrato, mas se traduz concretamente por operações de vigilância sobre o conhecimento que se está produzindo. Em outros termos, a reflexividade epistêmica é permanente e incide sobre todas as etapas do processo de pesquisa.

Reflexividade epistêmica como objetivação das relações de conhecimento na pesquisa

Fruto da orientação acima designada como *racionalista*, sempre esteve claro para mim, enquanto pesquisadora, que a objetividade do conhecimento nas ciências humanas nunca poderia ser procurada na possibilidade de não influenciar o objeto, pois este é sempre construído pela razão de quem observa através do uso de métodos e técnicas de pesquisa e pela relação social entretida por esse observador com o objeto.

Julgo que a melhor resposta ao problema da objetividade está no fato de não a opor à subjetividade, considerando que os esforços de teorização e conceituação da linguagem científica e de validação das hipóteses construídas é um processo continuado de *objetivação da subjetividade*. Este esforço de objetivação, como processo e não como definição estática, tende a assumir a forma de projeto de uma ciência da ciência, como por exemplo, para Morin (1994) e Bourdieu (1995). Mas, ele também pode ser concretizado, como aqui tento mostrar, dentro de uma perspectiva de *reflexividade epistêmica*, onde *habitus* e práticas científicas tomam como processo de “validação interna”⁵ de uma ciência a teorização do próprio ato da observação, explicitando as condições e interações sociais que presidem determinada pesquisa empírica.

Um modo de refletir epistemologicamente sobre o processo de observação é ser capaz de entender e de comunicar a diferença cultural entre sujeito e objeto da investigação (Thiollent, 1980, pp.15-133). Trata-se de advogar, tal como as correntes

5 Conforme referi à p. 2.

racionalistas, a necessidade de exercer o papel crítico da ciência de ruptura com o senso comum, embora agora por outra via que não apenas a da teoria (o que caracterizaria teoricismo). Trata-se da ruptura epistemológica pela via da *experiência do trabalho de campo*, em que são relativizados, simultaneamente, o senso comum do informante e o ponto de vista científico do pesquisador, tentando assim abarcar todas as marcas de etnocentrismo, inclusive científico. Segue-se que a adoção da perspectiva da interculturalidade no processo investigativo tende a diminuir as desigualdades de poder simbólico e cultural entre os especialistas e os leigos, partindo do pressuposto que a construção do “investigador coletivo” que não exclua do campo científico o senso comum dos práticos, não é apenas um ato de vontade negociada. Supõe a teorização da *relação social de investigação*, isto é, implica em compreender a estrutura dessa relação e em saber identificar ações alternativas que permitam evitar a reprodução automática das desigualdades simbólicas no trabalho de campo, criando condições de intervir sobre a estrutura da relação social que é criada (Bourdieu, 1997, pp. 693-732).

Uma vez que a parcialidade teórico-ideológica do pesquisador é submetida ao crivo da ruptura epistemológica por meio da objetivação da experiência do trabalho de campo, é possível evitar obstáculos ao conhecimento, comumente encontrados nas pesquisas empíricas em Comunicação, entre os quais é possível citar: (1) o vício teorcionista de pressupor a passividade do objeto de investigação, uma vez que o pesquisador acaba por lhe impor a sua visão do mundo, transformando a influência sobre o objeto na incapacidade de entender o outro; (2) o vício etnocêntrico de confundir o desejo sobre o que a realidade deve ser (resultante de valores do pesquisador) com o que é, levando a sobrevalorizar o peso e a importância tanto de condutas sociais críticas como não-críticas.

Mais concretamente, na prática da pesquisa, penso que a perspectiva de relativização da parcialidade teórico-ideológica, permite superar o teoricismo racionalista desde que o ato epistemológico de construção do objeto seja condicionado às seguintes orientações: (1) os modelos de análise (os constructos teóricos-empíricos-hipotéticos) não podem resultar apenas de uma problematização teórica prévia, devendo ser reelaborados quando nos encontramos “em campo”, isto é, quando entramos em comunicação com o objeto e passamos por uma confrontação com a “diferença”; (2) as construções teórico-interpretativas, dependentes de um trabalho de conceituação científica, não podem opor-se às construções interpretativas comuns dos atores sociais, pois estas últimas (as construções simbólicas “locais”) funcionam

como indicadores de postulados teóricos mais abstratos que permitem comparar e sistematizar conhecimentos sobre diferentes contextos sociais.

Nesse quadro, criam-se condições para que as teorias sociais estejam próximas não só dos investigadores, sem se limitarem apenas às construções simbólicas dos atores sociais, mas também da já referida capacidade de *reflexividade prática ou social* dos atores sociais comuns, admitindo que estes decidam incorporar interpretações científicas por serem adequadas e plausíveis face à consciência prática que já têm sobre os seus contextos de vivência. Esta adequação e plausibilidade contribuirão para que atores sociais comuns integrem os produtos de conhecimento científico à sua visão de mundo, ultrapassando as limitações dos saberes construídos apenas no cotidiano (Giddens, 1989).

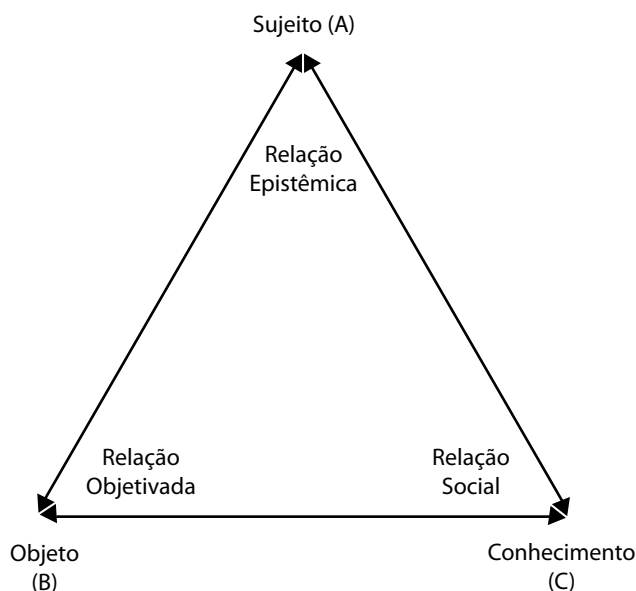
Deve ser lembrado que uma forte crítica ao normativismo do método, está em introjetar a *relação social de investigação* numa perspectiva que permita ao pesquisador objetivar e compreender as condições sociais da observação/inquirição do social.

Reflexividade e relações de conhecimento

As práticas reflexivas que discuti anteriormente enfatizaram especificamente a relação entre o Sujeito (investigador) e o Objeto (investigado) na pesquisa, ao passo que as abordagens epistemológicas tradicionais restringiram seu foco na relação epistêmica entre o Objeto e o Conhecimento. Diversamente, adoto a reflexividade epistêmica “aggiornata” às condições de conhecimento da contemporaneidade que toma a objetivação da relação entre sujeito e objeto como principal objeto de análise. Esta posição encontra ressonância em trabalhos como os de Bourdieu (1992, 1995) que defendem que a “objetivação da relação objetivada” do sujeito e objeto é a condição epistemológica do conhecimento científico social. Uma maneira de esclarecer essa contribuição de Bourdieu para a epistemologia da ciência social e, portanto, da Comunicação, é conceber os requisitos do conhecimento compreendendo três relações interconectadas, porém analiticamente distinguíveis: a relação social entre o sujeito (coletivo) e o conhecimento (campo); a relação epistêmica entre o conhecimento (campo) e o objeto (estudo); e a relação objetivada entre o sujeito (coletivo) e o objeto (estudo). É o que se mostra na Figura 1.6.

6 Inspirada pela leitura de Maton (2000).

Figura 1 – Três relações de conhecimento na produção da ciência social



A figura acima representa o conhecimento na perspectiva do *relacionismo* proposta por Bourdieu. As posições ocupadas no campo por A, B e C estão em relação entre si. A principal inovação do autor é colocar ênfase na objetivação das relações de conhecimento. Em seus próprios termos, “a reflexividade epistêmica deve ser epistemológica, coletiva e fundamentalmente antinarcisística” (Bourdieu e Wacquant, 1992, p.72).⁷ Em segundo lugar, a análise das relações coletivas objetivadas são, para Bourdieu, um empreendimento coletivo conduzido por um campo científico como um todo. Não se trata simplesmente de uma prática individualizada da pesquisa, mas da inclusão de uma teoria da prática intelectual como componente integral e condição necessária para uma teoria crítica do conhecimento. Portanto, ambos o sujeito e o objeto de conhecimento são antes figuras coletivas (o campo científico como um todo) do que indivíduos. Esta análise reflexiva coletiva das relações coletivas objetivadas, segundo Bourdieu, é que provê fundamentalmente a base epistemológica para o conhecimento científico social.

Como é sabido, o conhecimento é submetido aos processos de autoridade e de reconhecimento por outros investigadores do campo e resultará na sua socialização

⁷ A reflexividade individualística compreende a autorreflexão crítica sobre a história do autor, sua posição social e suas práticas no campo científico. Deste modo, a reflexão autobiográfica é incluída na pesquisa, com a condição de não usurpar o objeto de estudo em benefício do autor, o qual, assim fazendo, corre o risco de ele próprio se tornar o objeto de estudo.

e referencialização. É o que, guardando analogia com outros conceitos de capital de Bourdieu, poderia ser chamado de *capital epistemológico* do campo. Este seria, então, o resultado do papel das instituições do campo (revistas, comitês, titulações) para a sua autonomia interna, implicando na busca não apenas por recursos e status, mas *também* por lucros epistêmicos. As formações epistêmicas em toda ciência têm sido o resultado dos atendimentos/respostas de um campo às exigências próprias do conhecimento e dos *habitus* intelectuais moldadas pelo próprio campo. O desenvolvimento de um campo científico, então, é sempre o resultado da dupla combinação dos interesses sociais e interesses cognitivos na acumulação tanto de capital simbólico como de capital epistêmico.

À guisa de conclusão

Todo desenvolvimento de uma ciência segue ao longo de embates travados pela validação interna (construção de capital epistemológico) e pela validação externa (função social do conhecimento) de seus resultados. Deste modo, à guisa de conclusão deste trabalho, volto à questão inicial da construção do objeto dentro de um projeto de pesquisa para aí colocar a indagação sobre a pertinência do problema com que se inicia uma pesquisa e sua problemática teórica, isto é, sobre a importância social do objeto empírico e a relevância do objeto teórico da pesquisa.

Trata-se de indagar sobre a justificativa da importância social que costuma ser imputada ao objeto da pesquisa, como se bastasse algo ser pesquisado para que sua importância se sucedesse. Ao contrário, a justificativa já deveria trazer a marca do compromisso do investigador com os problemas que necessitam ser pesquisados, com as perguntas importantes a ser feitas hoje, aqui e agora. São as opções sobre quais temas pesquisar que, a meu ver, devem ser as mais conscientes possíveis, declaradamente assumidas, e que, no entanto, não podem ser respondidas pela ciência porque são opções valorativas, isto é, políticas, dependentes de uma *weltanschauung*, da concepção de mundo do pesquisador. E aí, talvez, devesse ser perguntado até que ponto estão sendo renovadas as “utopias fundantes” dos estudos de Comunicação na América Latina e estudados os “campos estratégicos de estudo” apontadas por Martín-Barbero (2009, p.147).⁸ Intelectuais e estudos comprometidos com a transformação de nosso contexto renovadamente contraditório, ambivalente, desigual, que já nos

⁸ Considero esse texto um modelo de autobiografia intelectual antinarcisista marcada pela reflexividade epistêmica.

valeu denominações como terceiro mundo, países dependentes, periféricos, e hoje, emergentes, contexto a partir do qual toda investigação deve começar e com ela manter relações de compreensão e de superação. Aqui, cabe a crítica ao modo exógeno de pensar, atravessado por questões e temas deslocados, por novas “idéias fora do lugar”. Não se trata, porém, de nenhum provincianismo intelectual, pelo contrário, as razões da globalização devem incitar-nos cada vez mais a fazer aquelas perguntas-problema que têm relação vital com nossa existência social, que são também as que têm maior capacidade de apresentar relevância e pertinência teórico-epistemológica, ou seja, de fazer avançar o conhecimento no campo da Comunicação.

Referências

BACHELARD, Gaston (1975). **La actividad racionalista de la física contemporanea**. Buenos Aires: Ed. Siglo Veinte.

_____ (1977). **O racionalismo aplicado**. Rio de Janeiro: Zahar Ed.

_____ (1996). **A formação do espírito científico**. Rio de Janeiro: Contraponto.

BAUMAN, Zygmunt (1999). **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

BECK, Ulrich (1992). **Risk society: toward a new modernity**. London: Sage.

BOURDIEU, Pierre (1983). *O campo científico*. In: **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática.

BOURDIEU, Pierre (1997). *Compreender*. In: BOURDIEU, Pierre (coord). **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes.

BOURDIEU, Pierre e WACQUANT, Loïc (1992). **An invitation to reflexive sociology**. Cambridge: Polity Press.

_____ (1995). **Respuestas por una antropología reflexiva**. México: Grijalbo.

BOURDIEU, Pierre, CHAMBOREDON, Jean-Claude e PASSERON, Jean-Claude (1999). **O ofício de sociólogo**. Petrópolis: Vozes.

DOMINGUES, José Maurício (2002). *Reflexividade, individualismo e modernidade*. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 17, nº 49, São Paulo.

GEERTZ, Clifford (2001). **O saber local**. Petrópolis, Vozes.

GIDDENS, Anthony (1989). **A constituição da sociedade**, São Paulo: Martins Fontes.

_____ (1991). **As consequências da modernidade**. São Paulo:Ed.UNESP.

_____ ; BECK, Ulrich e LASH, Scott (1997). **Modernização reflexiva**. São Paulo: Ed. UNESP.

GOLDSCHMIDT, Victor (1963). *Tempo histórico e tempo lógico na interpretação dos sistemas filosóficos*. In: **A religião de Platão**. São Paulo: Difel.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (1990). **Pesquisa em Comunicação**. Formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1ª ed.

_____ (1999). *La investigación de la Comunicación: Cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas*. **Diálogos de la Comunicación 56**, Lima: FELAFACS.

_____ (2003). *Sobre o estatuto disciplinar do campo da Comunicação*. In: LOPES, Maria Immacolata V. (org.). **Epistemologia da Comunicação**. São Paulo: Loyola.

_____ (2007). *Comunicação, disciplinaridade e pensamento complexo*. GT Epistemologia da Comunicação. **Anais do XVI Encontro COMPÓS**, Curitiba, junho de 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2009). *Uma aventura epistemológica*. **MATRIZES 2**, Ano 2. Entrevista realizada por Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

MATON, Karl. (2000). *Languages of legitimation: The structuring significance for Intellectual fields of strategic knowledge claims*. **British Journal of Sociology of Education**, 21(2).

MEAD, George H. (1962). **Mind, self and society**. Chicago: University of Chicago Press.

MORIN, Edgar (1994). **Ciência com consciência**, Lisboa: Publicações Europa-América.

SCHUTZ, Alfred (1979). **Fenomenologia e relações sociais**. Rio de Janeiro: Zahar.

THIOLLENT, Michel (1980). **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Polis.

A pesquisa em Comunicação: dez perguntas que nos desafiam

*Vera Veiga França**

Inicialmente quero dizer de minha satisfação em participar desse diálogo em torno da pesquisa discente junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP – um Programa e uma Escola que são fundadores do campo da Comunicação no Brasil, e que vêm tendo um papel decisivo na formação dos docentes da nossa área.

Bem dentro do espírito de um diálogo, organizei minha intervenção buscando refletir sobre as perguntas mais frequentes que nos são dirigidas por nossos alunos, bem como sobre dúvidas com as quais nos debatemos tanto no trabalho de orientação quanto no desenvolvimento de nossa própria atividade de pesquisa. Não tenho respostas definitivas para tais questões, mas intuições que apresento aqui para conduzir nossos debates (neste encontro e na continuidade de nossa interlocução).

Por que ser um pesquisador da Comunicação?

A pergunta inicial que um estudante de comunicação se faz, ao planejar o ingresso em uma pós-graduação (e, em alguns casos, depois desse ingresso) é sobre as razões de tal escolha. Deparando-se com os primeiros desafios, já em meados do curso, é comum ser assaltado pela dúvida: mas, afinal, o que estou fazendo aqui?

Como nos lembra Bourdieu, não podemos esquecer a historicidade da ciência, as condições sociais que orientam a produção de conhecimento. Assim, essa pergunta

* Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG; fundadora e pesquisadora do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da FAFICH/UFMG). Atua nas áreas de Teorias da Comunicação, Comunicação e Cultura Midiática, Metodologia de Pesquisa em Comunicação. É formada em Comunicação Social / Jornalismo pela PUC-MG, com mestrado em Comunicação pela UnB, DEA e doutorado em Ciências Sociais na Université René Descartes - Paris V (1989-1993). Fez estágio de pós-doutorado em Sociologia junto ao CEMS (Centre d'Etudes des Mouvements Sociaux) da Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS), na França (2005-2006). Foi presidente da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS) no biênio 2001-2003. Pesquisadora 1-B do CNPq, tem desenvolvido e orientado projetos em torno dos processos interativos midiáticos, com ênfase na televisão; na relação popular/midiático; na construção do acontecimento e no conceito de público enquanto forma e experiência.

– por que ser um pesquisador da Comunicação? – não encontra respostas únicas ou atemporais, mas respostas ancoradas em nosso tempo e situação.

Uma algumas razões mais evidentes que impulsionam / sugerem o caminho da formação acadêmica em Comunicação é a próprio estímulo da realidade; vivemos em uma “sociedade da comunicação”, marcada pela onipresença das tecnologias comunicacionais, por inovações e mudanças que nos surpreendem a cada dia, alargando possibilidades, criando novas situações e novas formas de interação. Nossa “empíria”, portanto, é a primeira atração e o primeiro convite à pesquisa.

É preciso registrar ainda o perfil híbrido dos alunos que cursam a graduação em Comunicação. Trata-se de um curso profissionalizante, e grande parte desses alunos são movidos pelo interesse em trabalhar na área, ingressar no mercado profissional.

Um outro contingente, no entanto, é também atraído pela perspectiva acadêmica, pelo interesse na pesquisa e/ou na docência.

Podemos perceber, além disso, que a pós-graduação significa ainda um certo adiamento no enfrentamento das limitações do mercado de trabalho. Vivemos em um mundo conturbado, marcado por crises políticas e sociais. No Brasil, de forma particular, vivemos um momento de grande indefinição. A dificuldade de emprego atua assim como estímulo ambíguo: por um lado a pós-graduação pode ser vista como uma capacitação a mais na disputa por uma vaga de trabalho. Por outro lado, no entanto, permanece a angústia: para o que servirá este esforço adicional? O que farei com meu diploma?

Esse contexto provoca instabilidade emocional e estimula o espírito de concorrência. Sem dúvida, não vivemos o melhor momento para falar com entusiasmo sobre o futuro e a carreira do pesquisador em Comunicação. Frente a tantas indefinições, novos estímulos tornam-se necessários. Precisamos avançar na compreensão do estatuto e das características dessa tarefa, e buscar outras razões para além da atração do nosso objeto e das possibilidades de emprego que, eventualmente, a pós-graduação poderia oferecer.

O que é ser um pesquisador?

Para responder então “por que ser um pesquisador da Comunicação”, seria melhor compreender antes o que é ser pesquisador.

Há algumas décadas defendia-se uma nítida distinção entre ciência e senso comum, e o campo científico, muito cioso de suas regras – o método científico – marcava

sua particularidade e sua supremacia enquanto caminho do verdadeiro conhecimento. Hoje a ciência passa por questionamentos, a relação com outros saberes também muda; os saberes tradicionais começam a ser mais respeitados, busca-se um maior diálogo com os saberes práticos. E a ciência perdeu sua empáfia enquanto lugar de verdade.

Não obstante, fazer ciência se mostra uma tarefa relevante, marcada por suas distinções, seus procedimentos específicos, e é um lugar que nos cabe aprimorar. Os diferentes manuais de pesquisa elencam um conjunto de hábitos que devem ser cultivados pelo pesquisador – entre eles, a *disciplina*, e eu ajuntaria, o *gosto* do trabalho. Falando sobre o trabalho nas ciências sociais, Howard Becker (citado por Castro), coloca a questão de “quantas horas por dia se é sociólogo”, e distingue dois projetos: o sociólogo de oito horas ou de 24 horas por dia. Becker se referia a Wright Mills, para quem o pesquisador, “como bom artesão”, não dissocia sua vida de seu trabalho. Isto não significa, certamente, trabalhar o tempo todo em sentido estrito, mas cultivar o espírito do pesquisador – a indagação permanente. “A perspectiva sociológica está presente não apenas na forma pela qual ele vive no mundo, mas no modo pelo qual ele vê o mundo” (CASTRO, 2009, p. 14).

Três outros aspectos são imprescindíveis no trabalho de pesquisa – e mais ainda no mundo de hoje. São eles:

- o *senso crítico*: a atividade de pesquisa não é um trabalho para estar de acordo, mas deve estar calcado na dúvida, no questionamento. É preciso ir além das impressões imediatas, das respostas prévias. É preciso também colocar à prova as teorias que utilizamos – não enxerga-las como explicação definitiva, mas colocá-las a serviço do conhecimento;
- a *vigilância* – que significa exercer a crítica sobre seu próprio fazer. O pesquisador precisa rever constantemente o próprio percurso, exercer uma permanente atenção sobre seus métodos e procedimentos, questionar seus pressupostos e “verdades”;
- a *invenção*, a criatividade. Produzir conhecimento é inaugurar o novo, é inovar, é perceber alguma coisa que ainda não foi dita, não foi vista. O pesquisador precisa ousar o exercício de seu olhar e edificar a construção de sua palavra.

Destacando este aspecto da criatividade, lembro mais uma vez Wright Mills (2009), com sua metáfora do artesão. Comparar e contrastar pontos de vista,

experimentar, misturar – é assim que desenvolvemos o “artesanato intelectual”, somando o prazer do trabalho (o exercício de nossa maestria) à esperança na qualidade do produto.

Aristóteles dizia: só se conhece aquilo que se ama. É preciso amar nosso objeto, amar nosso ofício. Senão, ele não avança. É nosso gosto pelo trabalho e por aquilo que estamos buscando que nos estimula a ir sempre adiante. Sem uma dose de prazer, o trabalho não se desenvolve.

Há que lembrar, no entanto, que o ofício de pesquisador hoje não é fácil. A crise do país se reflete na crise das universidades, na diminuição dos recursos. Essa crise, somada ao individualismo do mundo contemporâneo, veio ativando um outro aspecto que é recorrente na carreira acadêmica - um aspecto que é lamentável, que é improdutivo, mas que grassa feito uma epidemia: a concorrência e a febre do “produtivismo”. “Temos que fazer”, “temos que produzir”, precisamos contabilizar números... Não se pergunta pela novidade que criamos, mas pelos índices de produção que alcançamos. Esse jogo se converte em uma guerra de egos – para o sofrimento (e o enfraquecimento) de todos.

Fazer ciência não precisa ser assim. A forma de lutar contra isto é se recusar a jogar esse jogo, a entrar nesse tipo de disputa. É apostar no próprio trabalho, e optar por produzir não índices, mas conhecimento. Os índices devem ser consequência, e não a causa de nosso esforço.

Qual a particularidade da pesquisa em Comunicação?

Esta é uma discussão que tenho feito há alguns anos, que me é muito cara – e na qual não vou me alongar, para não repetir aqui o que já escrevi em outros momentos (2001, 2002-b).

A particularidade de nossa área passa pela discussão de dois aspectos: a questão da inter/ transdisciplinaridade (somos inter, somos trans, somos uma disciplina constituída?) e pela natureza de nosso objeto.

De forma um tanto sintética, podemos entender (a partir do próprio prefixo *inter*) que um domínio interdisciplinar é um lugar “entre”; não se trata, portanto, de uma disciplina, mas de uma zona intermediária, um não-lugar. Quando pensamos no campo comunicacional, e sobretudo em nossas origens, não podemos negar nossa contínua interface e apropriação dos saberes de outros campos disciplinares. Mas a pergunta que se coloca hoje é: continuamos a ser apenas o “entre”, ou já avançamos

nas apropriações, fazendo delas e a partir delas algo novo? Quero apostar neste avanço e defender que, a partir de pilhagens e costuras diversas, efetuadas ao longo de décadas de estudos dos processos comunicacionais, a Comunicação constituiu um domínio próprio, para além das contribuições das áreas de apoio. O que converge com o sentido de trans-disciplinar. Somos uma área *trans* – que passa por outras disciplinas, e se situa para além delas, num terreno que já é seu.

Stig Hjarvard, falando sobre o estudo dos processos de mídiatização, enfatiza que entre a ambição de criar uma “grande teoria” (que desse conta da diversidade da realidade comunicacional) e o acúmulo de conhecimentos sobre situações particulares, seria importante desenvolver perspectivas de nível intermediário (HJARVARD, 2014, p. 17). Nosso campo de estudos não prescinde – e não há por que prescindir – das bases teóricas trazidas de outros campos disciplinares, como a Sociologia, as Ciências da Linguagem, a Filosofia, entre outros. Mas elas devem ser mescladas com achados e conceitos que estudos propriamente comunicacionais vieram acumulando; dessas teorias de nível *meso*, conforme Hjarvard. São esses acúmulos que nos constituem como uma disciplina para além das outras que nos dão suporte.

Sobre o nosso objeto de conhecimento, e por mais que a questão da “pertinência à área” tenha sido, em alguns momentos, motivo de embates na comunidade da Comunicação, é preciso constatar que ainda não alcançamos um consenso.

Reitero o que já disse antes: não podemos confundir objeto empírico (as coisas do mundo) e objeto de conhecimento. Citando Bourdieu, vale lembrar que “uma ciência não poderia ser definida por um campo do real que lhe pertencesse” (BOURDIEU, 1999, p. 45). Não adianta dizer que a mídia é nossa, e ninguém toca... Inúmeras outras ciências estudam a mídia – a Economia, a Ciência Política, a Psicologia. Cada uma à sua maneira, segundo seus parâmetros, seu “objeto de conhecimento” (as perguntas que alimentam a especificidade desse ou daquele campo de saber). Citando Weber, Bourdieu lembra que “não são as relações reais entre as ‘coisas’ que constituem o princípio da delimitação dos diferentes campos científicos, mas as relações conceituais entre problemas” (idem).

Em síntese: é uma concepção do que seja comunicação que cria o nosso objeto de estudo, e nos dá o viés, o olhar com o qual vamos olhar para os objetos do mundo. Assim, uma maneira de testar a natureza comunicacional de nosso problema é fazer uma pergunta simples: essa pesquisa poderia ser feita em outra área científica? Por contraste, podemos perguntar: se ela fosse feita na Ciência Política, na Psicologia, ou em Letras, que modificação o meu problema sofreria?

Qual a solidez de nossa área?

Reivindicando então a particularidade de nosso campo, do domínio do “comunicacional”, cabe perguntar pela sua consolidação, pelo menos no Brasil. A solidez de uma área se constrói em duas dimensões – que são articuladas, e são igualmente importantes: a dimensão institucional, a dimensão epistemológica.

Poderíamos pensar que a *dimensão institucional* é decorrente da dimensão e consolidação epistemológica. No entanto, não é bem assim – ela é também (e sobretudo) resultado de lutas políticas, pois diz respeito à ocupação de espaço, obtenção de prestígio, distribuição de verbas. Trata-se, portanto, de uma disputa por reconhecimento no seio das instituições e frente ao poder de outras áreas mais consolidadas e de maior prestígio. Nessa luta, há um desequilíbrio de forças – de um lado entre as chamadas “ciências duras” (ciências físicas, da saúde e da terra) e as ciências humanas e sociais, com o poder claramente pendendo para as primeiras. E por outro lado, também dentro das ciências humanas e sociais, a Comunicação ocupa um lugar menor. Então o percurso para o reconhecimento de nossa área vem sendo árduo.

A Comunicação ganhou uma batalha no Brasil em 1969, quando o MEC criou os Cursos de Comunicação Social, e estes passaram a existir através de departamentos e/ou faculdades dentro das universidades. Depois foram criadas as pós-graduações; a rubrica “Comunicação” passou a existir nas agências de fomento. Na própria Capes, onde éramos até há pouco tempo atrás “Ciências Sociais Aplicadas”, já fomos reconhecidos enquanto área.

No entanto, no seio desse movimento de avanço, novas intervenções (disputas internas no seio da própria área) levaram à volta dos cursos por habilitação e ao desaparecimento dos cursos de graduação em Comunicação. No terreno da pós-graduação surgem alguns cursos de Mestrado em Jornalismo. O que indica que nosso lugar institucional, neste momento, está passando por uma prova. Sairemos chamuscados enquanto área de Conhecimento? Perderemos este lugar? A fragmentação nos enfraquecerá? A Comunicação enquanto área vai desaparecer e ser substituída pelas subáreas profissionalizantes? Só o tempo dirá.

A outra dimensão é a *dimensão epistemológica* – e esta discussão demandaria uma reflexão mais extensa (que ultrapassa os limites desta intervenção). Nossa área de estudos é marcada pela diversidade temática – vide os inúmeros GTs da Compós, os GPs da Intercom. Essa diversidade é um sinal de riqueza.

No entanto, com frequência ela é acompanhada pela dispersão teórica e pela dificuldade de diálogo entre grupos temáticos ou mesmo entre grupos de pesquisa dentro da mesma linha temática, mas seguindo abordagens distintas. O que é extremamente empobrecedor, e elemento de fragilidade.

Esta dispersão atrasa a constituição de uma base teórica propriamente comunicacional. Prova disto é que nossa bibliografia de referência é majoritariamente externa; somos alimentados por uma bibliografia da Filosofia, das Ciências Sociais, das Ciências da Linguagem, da Psicologia. Tanto é assim que, em alguns lugares, as disciplinas de Teorias da Comunicação – que constituiriam a formação específica de nossos alunos - vêm perdendo espaço e mesmo desaparecendo. Vejo isto com melancolia. Não se imagina um curso de Sociologia que dispensa disciplinas de Teoria Sociológica, ou um curso de Economia que não promove uma sólida formação em Teorias Econômicas. A eliminação das disciplinas de Teorias da Comunicação em cursos de Pós-Graduação em Comunicação não significa que lhes faltem bases teóricas: teorias distintas (nem sempre, aliás, da Comunicação) são tratadas separadamente, em disciplinas que privilegiam uma ou outra vertente teórica . O prejuízo é com a falta de uma formação mais ampla, que viesse a promover inclusive o diálogo entre as diversas tradições.

De onde surgem nossos problemas de pesquisa?

Passo agora para questões mais internas ao nosso fazer. De onde surgem nossos problemas? Com frequência somos procurados por nossos alunos, que sofrem procurando o seu problema... Às vezes eles têm um tema, mas não exatamente um problema; em outras, apresentam um problema tão complexo que ultrapassa a possibilidade de uma pesquisa individual (de dissertação ou de tese).

Começemos das premissas básicas. Um problema de pesquisa é mais do que a constatação de um problema prático – de uma questão, um incômodo, uma novidade no terreno do sensível. Escolher o estudo do instagram, por exemplo, ou de uma celebridade no instagram, é insuficiente; faz-se necessário uma pergunta a ser respondida.

Da mesma maneira, um problema de pesquisa é mais do que uma questão teórica ou metodológica; não basta dizer que quer tratar da deliberação, quer estudar os acafãs, ou fazer uma análise do discurso.

Um problema de pesquisa compreende mais do que um tema, um assunto, um conceito. Ele compreende uma *indagação problematizadora* sobre “coisas do mundo”,

uma indagação para a qual precisamos encontrar respostas. Supõe então conjugar objeto sensível e alicerce teórico; passar de um problema para uma problematização.

Um objeto empírico (um programa, uma situação comunicacional) pode provocar indagações diferentes e, conseqüentemente, apresentar resultados diferentes. Tomemos um exemplo simples. Uma novela, como *Avenida Brasil* (veiculada pela Rede Globo no horário das 21 horas, em 2012), pode suscitar inúmeras indagações: explicar seu apelo e sucesso numa sequência em que as telenovelas vinham perdendo audiência; analisar seu lugar na trajetória de seu autor, João Emanuel Carneiro (autor de cinema e tv, tendo assinado outras novelas de sucesso); analisar o perfil e o apelo da vilã Carminha (aproximando, por exemplo, de outras vilãs de grande repercussão, tais como Flora, da novela *A favorita*, do mesmo autor, ou a inesquecível Odete Roitman). Uma outra indagação possível, desenvolvida por Araújo (2016), foi focar no protagonismo da classe “C”, particularmente em evidência no momento da novela, em razão da ascensão econômica e social alcançada pelos segmentos das classes populares no período dos governos do PT (Lula e Dilma).

Qual é o papel das teorias em nossas pesquisas?

Conforme já indicado acima, um problema de pesquisa é mais que um problema prático, um problema do mundo: é uma problematização das coisas do mundo fundamentada e estimulada por reflexões teóricas, conhecimentos já disponíveis. Não basta retratar / descrever o funcionamento de uma determinada prática (uma campanha eleitoral, por exemplo) ou as características de um dado objeto (um programa de talk show) – é preciso tensioná-los a partir de conceitos, buscar uma apreensão que ultrapasse a visão do senso comum.

Dito isto, ou seja, tendo ressaltado a importância da fundamentação teórica na construção de trabalho de pesquisa, é necessário situar o seu lugar (o papel da teoria), e alertar para dois vícios.

O primeiro deles é a teoria ilustrativa: promover uma revisão bibliográfica sobre determinado tema que pouco interfere na análise dos dados. Com certa frequência encontramos trabalhos divididos em duas partes: uma parte teórica, em que conceitos e teorias são revisitados, e em seguida uma análise empírica – para a qual as leituras teóricas em nada contribuíram. É como se, nessa segunda parte, o pesquisador sentisse que havia cumprido a tarefa de apresentar o “estado da arte”, a discussão de alguns conceitos, para então falar de seu objeto dentro de uma perspectiva (um olhar) intuitiva, meramente descritiva.

O segundo vício é a teoria autoexplicativa: adota-se uma abordagem teórica que, de antemão, explica a realidade (ou o problema a ser tratado), e a apresentação da empiria vem apenas ilustrar o que a teoria já disse.

Uma pesquisa é um processo, e a articulação teoria-empiria se apresenta em vários momentos. É preciso partir de conhecimentos disponíveis; teorias e conceitos, estudos já realizados fornecem o fundamento e a inspiração para a problematização de uma questão. Daí a importância do “estado da arte”, da revisão de literatura não apenas para ajudar na formulação de nosso problema, mas para evitar a repetição de resultados já disponíveis (“arrombar portas abertas” – é como se diz para uma investigação que “descobre” o já sabido).

Conhecimentos teórico-metodológicos (a infraestrutura usada em outras pesquisas) também constituem a base para a construção metodológica (o desenho da pesquisa), através da operacionalização dos conceitos, da eleição dos conceitos operadores – aqueles que orientarão nossa coleta de dados (a escolha dos dados que precisamos buscar).

Finalmente, a base teórica é também a referência com a qual vamos confrontar nossos achados e elaborar nossas conclusões enquanto “conhecimento” novo (e não apenas descrição ou constatação de um fato). Ou seja – as teorias, a reflexão teórica nos acompanham nas várias fases da pesquisa, desde a formulação do problema e a operacionalização do “como fazer” até o momento final de olhar para nossos resultados e perceber o que conseguimos, de fato, alcançar.

Naturalmente, nem toda pesquisa (dissertação, tese) produz um Conhecimento novo com “C” maiúsculo – mas teremos ajudado na consolidação de uma tradição de conhecimento com cada pequeno aspecto de nossa realidade que conseguirmos iluminar diferentemente.

Como construir nossa metodologia?

Há uma certa incompreensão (e, às vezes, até um sentimento de pânico) em torno da construção metodológica, como se, após a construção do problema, estivéssemos frente a uma escolha em aberto.

Ora, a metodologia é absolutamente atrelada ao problema – ela é definida pelas perguntas, e quanto mais claro estiver o elenco de questões que queremos responder, mais fácil se torna para nós definir o “como” – onde, em que tipo de dados, e através de quais aspectos do empírico deveremos olhar para responder nossas

indagações. Se queremos saber quais foram as narrativas construídas por duas mídias diferentes (o *Jornal Nacional* e o *Bom dia 247*) sobre a prisão de Lula, por exemplo, evidentemente deveremos usar algum tipo de análise textual. Mas se queremos saber como os telespectadores do JN reagiram a tal cobertura, nosso caminho será uma análise de recepção.

Então devemos fugir do que Bourdieu chamou de “convencionalismo” – o encanto pela ferramenta¹. Não iremos desenvolver uma análise de conteúdo, um tratamento quantitativo de dados ou uma análise semiótica por que um ou outro desses caminhos são bem reputados – parecem “bem”, estão em alto no âmbito da academia.

Dois lembretes ainda se fazem necessários: na medida em que a metodologia é uma construção demandada pelo problema, ou seja, são os caminhos e ferramentas que nos parecem adequados para alcançar respostas às perguntas formuladas, com frequência o desenho da coleta e tratamento de dados supõe / impõe misturas de diferentes técnicas. Por exemplo, num estudo de recepção podemos optar por fazer observações seguida de entrevistas individuais; aos dados dos entrevistados podemos agregar dados bibliográficos e documentais no sentido de contextualizar a situação do público pesquisado etc.

Como segundo lembrete, vale especificar que tanto precisamos de ferramentas de coleta quanto ferramentas de análise - que não se confundem. A entrevista, a observação, a gravação de imagens, o recorte de textos são técnicas de coleta. Como vamos analisar o material coletado é uma outra história – e temos aí diferentes tipos de análise: textual, sócio-história, das imagens. As entrevistas feitas em um estudo de recepção podem ser tratadas através de uma análise de conteúdo, por vezes combinada com algum tipo de análise do discurso. Também podemos reconstruir narrativas, e assim por diante.

Que tipo de linguagem adotar em nossos textos?

A análise da linguagem é diferente da análise da comunicação - linguistas estudam as linguagens em sua estruturação, sentido etc.; nós, pesquisadores do campo comunicacional, analisamos o uso concreto de linguagens – discursos sendo proferidos por sujeitos, em situações dadas. O que significa lembrar que o material através do qual se realizam as trocas, as interações comunicativas, é o material discursivo. Então

¹ Vale lembrar a observação feita por Bourdieu: “Os que levam a preocupação metodológica até a obsessão nos fazem pensar nesse doente, mencionado por Freud, que passava seu tempo a limpar os óculos sem nunca colocá-los (BOURDIEU, 1999, p. 14).”

o trato com a linguagem, com o simbólico, está lá, nas análises comunicacionais, desde o princípio. Lidamos com textos – verbais, imagéticos, corporais.

Mas além de destacar a centralidade do material linguageiro (discursivo) nos nossos problemas de pesquisa, quero chamar atenção para outro aspecto, uma segunda incidência da questão da linguagem em nosso trabalho de pesquisador, que diz respeito à apresentação de nossos resultados. Precisamos da linguagem para falar de nossa leitura dos objetos estudados; construímos sentido sobre os sentidos apreendidos no empírico; narramos narrativas apreendidas em situações comunicacionais.

E aqui eu gostaria de fato de apresentar uma receita - que é a clareza. Evitar jargões, que muitas vezes não apenas confundem e perturbam a apresentação de nossos achados, como camuflam, por vezes, a falta deles. Então procuremos ser claros.

Wright Mills faz uma crítica à “prosa” e à “pose” acadêmica; para o sociólogo, “uma prosa empolada e polissilábica parece prevalecer nas ciências sociais”:

Essa falta de pronta inteligibilidade, eu acredito, em geral tem pouco ou nada a ver com a complexidade do assunto, e absolutamente nada com a profundidade do pensamento. Tem a ver quase inteiramente com certas confusões do escritor acadêmico acerca de seu próprio status (MILLS, 2009, p. 49).

Qual o papel dos pares e da comunidade de pesquisa?

Muito rapidamente, quis inserir este tópico para falar de duas preocupações, dois aspectos no diálogo com os pares que julgo graves e decisivos.

O primeiro aspecto é a importância e mesmo a necessidade da exposição e divulgação de nossas ideias; é passar pelo crivo do olhar do outro. Muitas vezes (no quadro de uma verdadeira compulsão expressiva que marca nossa contemporaneidade) queremos só falar, ser ouvidos – mas não queremos ouvir. A importância dos encontros acadêmicos é a troca, os embates, quando necessários; o teste do olhar do outro e da crítica. É por aí que crescemos, é isto que constitui e sedimenta um conhecimento de uma área; são inócuos (e melancólicos) alguns eventos em que trabalhos são apresentados rapidamente, sem o devido e necessário retorno. Na verdade eles apenas cumprem um papel ritualísticos – fui, apresentei.

Porém uma outra preocupação é com os fundamentalismos teóricos, o fechamento de “escolas”, a construção de “verdades”. Nossos pares não são nossos adversários.

Estamos vivendo um momento de intolerância social, política muito grande – no Brasil e no mundo. E esse clima de antagonismo e de defesa de verdades têm permeado

o mundo acadêmico, quando o julgamento do trabalho do outro é feito em função da proximidade e adequação à minha própria perspectiva. No trabalho de avaliação do trabalho do outro (em bancas, em pareceres de periódicos), criticamos aquilo que não se parece conosco, que não é o caminho que teríamos escolhido. Isto também é melancólico; é um procedimento que nos encolhe, que age de volta contra nós. Condena-nos a vivermos nas bolhas. Esteriliza o mundo acadêmico; produz anemia, torres solitárias.

Como justificar a relevância de nossas pesquisas?

Por último, mas não menos importante, trago a questão da relevância. Em um debate da área, há muitos anos atrás, eu já levantava esta bandeira (2002-a) ; estávamos no contexto de uma discussão sobre a *pertinência* à área da Comunicação dos trabalhos desenvolvidos nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Havia, por parte de alguns debatedores, uma preocupação (justa, mas por vezes exagerada) quanto ao rigor na definição de objetos de fato comunicacionais a serem tratados na pesquisa desenvolvida dentro dos Programas. Naquele momento sugeria que nos preocupássemos também, e sobretudo, com sua relevância. E a relevância de nossos trabalhos não é apenas para o mundo da academia – é para o mundo. Produzimos conhecimento não para nossa própria satisfação, para a afirmação de nosso lugar de pesquisador, embora isto seja necessário também, mas como contribuição na edificação de um mundo melhor, um mundo mais justo, um mundo de mais respeito.

A comunicação é central na sociedade contemporânea – e sabemos bem disto. Nosso conhecimento é capaz de radiografar a natureza e a configuração das trocas comunicativa, os lugares de fala e o posicionamento dos interlocutores, os silenciamentos. Ler a comunicação é diagnosticar o nosso tempo.

Neste ponto retomo a primeira pergunta, sobre por que ser um pesquisador da Comunicação mesmo quando o cenário é sombrio; eu diria que é principalmente agora que nosso trabalho se faz necessário. Nós não vamos consertar o mundo – mas nossas leituras, desvelando e revelando sintomas, tendências, valores, permitem uma melhor compreensão daquilo que se passa.

Esta é nossa contribuição, e é aí que nosso trabalho ganha relevância. Ele pode ajudar a desvelar aspectos de nossa realidade, revelar ligações, iluminar quadros mais amplos, resgatar particularidades. Somos pesquisadores da Comunicação por que *sentimos que nosso trabalho é importante* para nosso estar no mundo hoje. O que tem muito mais valor do que os pontos no *lattes*.

Referências

ARAÚJO, G.F. **Protagonismo da Classe C na Avenida Chamada Brasil**: representações, enquadramentos e empoderamentos da realidade na ficção da telenovela. Tese de doutorado em Comunicação Social. Universidade Federal de Minas Gerais. 2016. Orientadora: Vera Regina Veiga França.

BOURDIEU, P.; CHAMBOREDON, J-C; PASSERON, J-C. **A profissão de sociólogo**. Preliminares epistemológicas. Petrópolis: Vozes, 1999. 2ª ed.

FRANÇA, V.V. *O objeto da comunicação - A comunicação como objeto*. In: FRANÇA, V. ; HOHLFELDT, A. ; MARTINO, L.. (Org.). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 39-60.

FRANÇA, V.V. *Análises*. In: WEBER, M.H.; HOHLFELDT, A.; BENTZ, I.. (Org.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002-a, p. 286-293

FRANÇA, V.V. *Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?*. In: MOTTA, L.G.; WEBER, M.H.; FRANÇA, V.R.V.; PAIVA, R.. (Org.). **Estratégias e culturas da comunicação**. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2002-b, p. 13-29.

HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2014.

WRIGHT MILLS, C. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

A background network diagram consisting of numerous grey nodes of varying sizes connected by thin grey lines, creating a complex web of connections. The nodes are distributed across the entire page, with some appearing more prominent than others.

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE CONSUMO E ORGANIZAÇÃO COMUNICACIONAL

A velhice conectada e suas representações na publicidade brasileira

*Amanda Cristina de Oliveira**

Resumo: A presente pesquisa busca fazer um diagnóstico das representações dos idosos em peças publicitárias em vídeo, com foco em imagens que retratam indivíduos desta faixa etária usando Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). O objetivo é identificar empresas e instituições que retratam personagens idosos usando TICs, quais são os estereótipos associados à velhice mais recorrentes nas propagandas de suas marcas e como o idoso é abordado: como público-alvo relevante ou apenas como personagem.

Palavras-chave: Publicidade. Idosos. Consumo.

Introdução

O mundo está envelhecendo, tanto quando se observam os números absolutos de idosos¹ vivendo em nosso planeta quanto a proporção deste grupo etário com relação ao total de indivíduos. Em meados de 2017, o número de cidadãos com 60 anos ou mais representava 13% da população mundial, o equivalente a cerca de 962 milhões de pessoas. Para 2050, a previsão da ONU (Organização das Nações Unidas) é de que todas as regiões do planeta sejam compostas por, aproximadamente, 25% de idosos (com exceção da África, onde apenas 5% da população tem mais de 60 anos, de acordo com o levantamento mais recente). Isto significa que haverá cerca de 2,1 bilhões de indivíduos com mais de 60 anos em todo o globo daqui a pouco mais de 30 anos, mais que o dobro do último montante registrado².

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). E-mail: amanda.cristina.oliveira@usp.br.

1 Para o levantamento de dados demográficos, consideram-se idosos os indivíduos com 60 anos ou mais, de acordo com a lei nº 10.741, de 1 de outubro de 2003, que dispõe sobre o Estatuto do Idoso no Brasil.

2 UNITED NATIONS. **World Population Prospects**. The 2017 Revision: Key Findings and Advance Tables. Nova York: Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat, 2017. Disponível em https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf. Acesso em 2 de janeiro de 2018.

Tal fenômeno é decorrente da combinação de dois fatores principais: (1) taxas de natalidade decrescentes³ e (2) aumento da expectativa de vida⁴. Juntas, estas condições proporcionam um crescimento acelerado do segmento populacional em questão: globalmente, este grupo já cresce em taxas mais elevadas que todas as classes etárias mais jovens.

No Brasil, estamos deixando de ser um país de jovens para nos tornarmos um país de idosos. Em 2010, de acordo com dados do último censo do IBGE, a população formada por pessoas com mais de 60 anos representava 11% do total. Daqui a 10 anos, em 2028, a previsão do instituto é que este grupo ultrapasse os 39 milhões de indivíduos, representando 17% dos brasileiros. Já em 2050, estima-se que este segmento chegará a constituir uma parcela de 29% dos habitantes do país, com mais de 66 milhões de cidadãos nesta faixa etária.

Uma mudança tão significativa na estrutura social faz com que reflexões sobre o envelhecimento, em diversos aspectos, se tornem cada vez mais fundamentais – e urgentes. Não à toa, discussões sobre a velhice ganharam espaço na academia, na política e nos meios de comunicação, trazendo o assunto, em diversos ângulos, à pauta cotidiana das pessoas.

O tema que, segundo Debert, era pouco debatido e envolto em uma espécie de “conspiração do silêncio”, se transformou, a partir da década de 1990, em um tópico privilegiado dentre os desafios da sociedade brasileira. Para a autora, “no debate sobre políticas públicas, nas interpelações dos políticos em momentos eleitorais e até mesmo na definição de novos mercados de consumo e novas formas de lazer, o ‘idoso’ é um ator que não mais está ausente do conjunto de discursos produzidos” (DEBERT, 1999, p. 11).

Colocar a velhice no foco dos debates requer a construção de representações e narrativas, e a forma como estas são organizadas oferece pistas de como a sociedade encara o tema do envelhecimento e seus variados aspectos: aposentadoria, família, participação econômica, saúde, finitude etc. Para Martín-Barbero, é no terreno do simbólico “que se articulam as interpelações a partir das quais os sujeitos e as identidades coletivas se constituem” (2015, p. 286-287). Assim, analisar e compreender este terreno é uma oportunidade para refletir sobre o papel do idoso como sujeito na sociedade, bem como sobre as relações de poder e os conflitos em que este grupo etário está inserido e que definem sua participação no tecido social.

3 Segundo dados da ONU (UNITED NATIONS, 2017), a média global de nascimentos por mulher era de três filhos para cada uma, entre 1990 e 1995. De 2010 a 2015, passou para 2,5. A projeção da entidade para o período de 2045 a 2050 é de 2,2 nascimentos por mulher.

4 Também de acordo com a ONU (UNITED NATIONS, 2017), a expectativa de vida que, entre 2000 e 2005, era de 67,2 anos subiu para 70,8 no período entre 2010 e 2015.

No presente trabalho, o foco da reflexão é, especificamente, o aspecto do consumo, compreendido também como um campo fértil de reflexão sobre a sociedade. Afinal, “é neste jogo entre desejos e estruturas que as mercadorias e o consumo servem também para ordenar politicamente cada sociedade. O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 2010, p. 65).

Assim, na intersecção entre os campos do simbólico e do consumo, busca-se fazer um diagnóstico das representações dos idosos em peças publicitárias em vídeo com o objetivo de identificar empresas e instituições que retratam personagens idosos em suas peças, quais são os estereótipos associados à velhice mais recorrentes nas propagandas de suas marcas e como o idoso é abordado: como público-alvo relevante ou apenas como personagem.

Uma vez que o universo de peças publicitárias com personagens idosos é amplo, optou-se por analisar um recorte específico: anúncios que retratam indivíduos desta faixa etária usando Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Esta decisão também tem como objetivo extrair da análise indicativos do papel social do idoso, uma vez que o uso de tecnologias é comumente associado à juventude e que sua utilização pelos mais velhos é rodeada de preconceitos - ainda que cada vez mais idosos estejam aderindo ao uso da internet, dos *smartphones* e dos aplicativos.

Objeto

O objeto de minha pesquisa é a representação dos idosos em peças publicitárias, especificamente anúncios em formato de vídeo para a televisão e plataformas de mídias sociais, que tragam representações desta faixa populacional interagindo com as TICs.

O problema da pesquisa é a busca pela resposta das seguintes perguntas: se os idosos estão usando mais as TICs e o mercado consumidor formado por esta faixa etária está em ascensão, como este cenário vem sendo representado nos discursos atuais da publicidade? Quais são os segmentos de mercado/marcas que estão fazendo mais uso desta representação? E, nestes casos, os idosos são considerados mercado consumidor ou meros personagens?

Objetivos da pesquisa

No contexto do envelhecimento populacional mundial e da proliferação de discursos relacionados à velhice e ao consumo nesta etapa da vida nos meios de

comunicação, o objetivo principal desta investigação é descrever e compreender como o uso de tecnologias por idosos é retratado pela publicidade em vídeo (on-line e off-line), veiculadas pela TV ou por plataformas de mídias sociais, com foco na diferenciação entre o velho como personagem e o velho como mercado consumidor, para identificar, por meio da análise das mediações, as potencialidades das representações da velhice na publicidade gerarem (ou não) identificação com os idosos.

O objetivo secundário deste trabalho é contribuir com os debates acadêmicos sobre o tema que vem sendo desenvolvidos nos últimos anos, além de ser fonte de dados para os segmentos de propaganda e marketing. Na prática, pretende-se munir o setor com informações que possam ser relevantes para o desenvolvimento de estratégias de comunicação mais assertivas, que conversem com os idosos e sejam capazes de representar seus indivíduos. Desta forma, contribui-se para reforçar a representação deste grupo como mercado consumidor, cidadão, e para sua maior inclusão social e econômica.

Metodologia

Inicialmente, foi realizada uma revisão da literatura científica que trata da relação entre o envelhecimento populacional, o uso de TICs pelos idosos e a presença de personagens mais velhos na publicidade. A seguir, foi delimitado um *corpus* composto por 38 peças publicitárias em formato de vídeo, que trazem personagens idosos em situações de contato com as TICs. Para esta definição, foi realizada uma pesquisa nas mídias sociais (YouTube e Facebook) para o levantamento de peças com este perfil que foram veiculadas entre 2011 e 2017.

Para a primeira etapa da análise, com foco descritivo e técnico, foi criado um protocolo de descrição das peças, com base na metodologia de análise de conteúdo (AC). Os indicadores para a classificação foram selecionados com base nos eixos constituintes do mapa das mediações comunicativas da cultura, de Jesús Martín-Barbero. Tal modelo foi escolhido uma vez que busca explicar a comunicação de forma abrangente, considerando as tensões e conflitos existentes na sociedade e a maneira como os meios de comunicação são espaços-chave para articulá-los. E, uma vez que acredito que a representação da velhice está diretamente relacionada à forma como a sociedade lida com os velhos, em seus diversos aspectos, o modelo de Martín-Barbero mostrou-se adequado para nortear a análise.

Os dados obtidos serão classificados em um quadro, que irá destacar a frequência de cada indicador. Dará suporte à interpretação dos resultados obtidos

por meio do protocolo de descrição a metodologia da análise de conteúdo para imagens em movimento. Para Bauer e Gaskell “as representações da mídia são mais que discursos. Elas são um amálgama complexo de texto, escrito ou falado, imagens visuais, e as várias técnicas para modular e sequenciar a fala, as fotografias e a localização de ambas” (2002, p. 345). Assim, a análise mais abrangente contribuirá com os resultados por meio de uma visão mais detalhada dos elementos que compõem as peças do *corpus*.

Tais dados quantitativos serão a base da próxima etapa da análise, de caráter interpretativo. A importância desta etapa, segundo Lopes é que:

Somente através da elaboração interpretativa dos dados é que se pode atingir um padrão de trabalho científico no campo da Comunicação. Só esse padrão é capaz de coordenar organicamente teoria e pesquisa, operações técnicas, metodológicas, teóricas e epistemológicas numa única experiência de investigação (LOPES, 2004, p. 33).

Assim, retomarei as definições do contexto estudado, apontadas por meio da pesquisa bibliográfica, somando-as ao trabalho de categorização dos dados, para a leitura e a interpretação do fenômeno comunicacional estudado.

Justificativa

Justifica-se a importância deste trabalho inicialmente por sua relevância social no contexto de envelhecimento da população brasileira, uma vez que os resultados obtidos poderão servir como base teórica para o aprimoramento das representações dos idosos na publicidade, no sentido de fazer com que as imagens e discursos propagados pelas marcas estejam mais alinhados com as expectativas dos cidadãos e consumidores desta faixa etária.

Apesar de os estudos sobre a velhice estarem ganhando força na academia, ainda são poucos os resultados divulgados em veículos de comunicação voltados para a cobertura do setor de propaganda e marketing. Um dos objetivos práticos deste trabalho é servir como fonte para estas mídias, a fim de contribuir com o mercado que, hoje, é carente de informações sobre este público consumidor. Desta forma, as conclusões da pesquisa serão importantes também para que se produzam mídias relevantes aos idosos, que possam influenciar este grupo de forma positiva, que o representem, que o reconheçam e que valorizem sua importância social e econômica.

A relevância acadêmica justifica-se uma vez que o projeto busca revisar e complementar a bibliografia sobre a temática da relação entre idosos, publicidade e os meios de comunicação digital. Este campo de estudo tem ganhado importância nos últimos anos, com pesquisas sendo realizadas em universidades por todo o país. Como exemplos, destaco o grupo de pesquisas GRUSCCO (Subjetividade, Comunicação e Consumo), vinculado à ESPM e que possui uma linha focada nos estudos do envelhecimento; o LEC (Longevidade, Envelhecimento e Comunicação), grupo ligado à PUC – SP; as pesquisas da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) sobre o envelhecimento, sob orientação de Mirian Goldenberg; e os trabalhos sobre o papel social do idoso orientados por Guita Grin Debert, na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Quadro teórico de referências

O fenômeno comunicacional é reconhecidamente formado por diversas dimensões, fato que exige que os pesquisadores do campo construam seus objetos de pesquisa sobre a base da interdisciplinaridade. Partindo desta premissa, meu objeto, sendo um fenômeno comunicacional, é multidisciplinar. Assim, para esta investigação, as teorias principais que escolhi para delimitar meu objeto são: (1) as medições comunicativas da cultura, como teoria da comunicação central; (2) o impacto das TICs na sociedade, especificamente em seu uso pelos idosos e; (3) o consumo e sua relação com a política e a cidadania.

A teoria das mediações comunicativas da cultura, de Jesús Martín-Barbero, foi escolhida por apresentar a possibilidade de inclusão da experiência do sujeito, diferentemente das teorias de mediação, mais focadas no nível macro e estrutural. Os estudos de Maria Immacolata Vassallo de Lopes sobre o pensamento do autor também serão usados como base para a reflexão acerca da comunicação.

Para inserir no contexto das mediações as imagens da velhice e sua construção midiática, duas autoras serão centrais: Heloiza Matos e Guita Grin Debert. A contribuição de Matos dar-se-á por sua análise da relação entre a comunicação e o aumento do capital social dos idosos e a de Debert por trazer uma visão antropológica aos estudos sobre as representações da velhice e por sua conceituação do movimento de “reprivatização da velhice”, ou seja, a volta da responsabilidade sobre o velho, antes na mão do Estado, para a esfera da vida privada e individual. Para a autora, este cenário requer uma revisão dos símbolos associados aos velhos e é neste contexto que a presente pesquisa se insere.

Complementam os teóricos desta linha os norte-americanos Hummert, Garstka, Ryan e Bonnesen, cujos estudos servirão como base para identificar as representações da velhice exploradas de forma mais recorrente pela publicidade brasileira. Partirei das categorias propostas nos trabalhos destes pesquisadores, que verificaram os principais estereótipos⁵ correntes na sociedade associados às pessoas idosas, para descrever quantitativamente e qualitativamente a presença dos idosos nas peças do *corpus*.

Completam o quadro teórico de referências os autores que já vêm trabalhando de alguma maneira as representações do idoso e a construção midiática da velhice: Gisela Castro, Clarice Peixoto, Beltrina Côrte e Miriam Goldenberg.

Como fundamentação para a análise do impacto do uso das TICs, um dos autores principais será Manuel Castells, com sua teoria sobre a sociedade em rede e sobre o papel da informação nos processos que moldam o mundo atual. Henry Jenkins contribuirá com sua visão acerca da cultura participativa, que molda a relação entre as pessoas, os produtos midiáticos e as organizações.

Para abordar o consumo e sua relação com a cidadania, partirei da obra de Néstor García Canclini, **Consumidores e Cidadãos**, na qual o autor defende que o ato de consumir é um exercício da cidadania, uma vez que o consumo é um espaço de interações socioculturais complexas, não apenas um simples ato de trocar mercadorias. Complementam as referências sobre este tema Grant McCracken, Mary Douglas e Baron Isherwood.

Resultados esperados

A etapa empírica da pesquisa ainda está em fase inicial e, por isso, ainda não é possível apresentar resultados substanciais. Espera-se, ao término do trabalho, que os objetivos apontados no início deste artigo sejam cumpridos, ou seja, que seja possível apresentar um diagnóstico de como publicidade em vídeo *on-line* e *off-line* faz uso da representação de idosos se relacionando com as TICs, focando especificamente na diferenciação entre o velho como personagem e o velho como consumidor. Usando a teoria das mediações comunicativas da cultura, pretendo

⁵ O conceito de estereótipo usado pelos autores é baseado na psicologia cognitiva. Eles defendem que os estereótipos ligados à idade são modelos mentais de percepção dos indivíduos que têm a idade como princípio básico de categorização, na qual a categoria mãe é a “*older adult*” (adulto mais velho). A partir dela, surgem as categorias subordinadas.

conseguir identificar o potencial de as representações da velhice na publicidade gerarem (ou não) identificação com os idosos em um cenário no qual discursos sobre este segmento da população têm ganhado relevância.

Por fim, espero contribuir, na prática, com a criação pelas agências de comunicação de estratégias de comunicação capazes de representar os idosos de maneira respeitosa, inclusiva, empática e capaz de gerar identificação, que visem reforçar a representação deste grupo como mercado consumidor e, principalmente, como cidadãos.

Referências

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CASTRO, G. G. S. *Precisamos discutir o idadismo na comunicação*. **Comunicação & Educação**, ano XX, número 2, jul/dez 2015, pp. 101 – 114.

DEBERT, G. G. **A reinvenção da velhice: socialização e processos de reprivatização do envelhecimento**. São Paulo: Edusp/Fapesp, 1999.

LOPES, M. V. **Pesquisa em comunicação**. 12ª ed. São Paulo: Loyola, 2004.

LOPES, M. V. *Pesquisa de Comunicação: Questões epistemológicas, teóricas e metodológicas*. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, vol. XXVII, nº 1, janeiro/junho 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MATOS, H. *O declínio do capital social e comunicacional na terceira idade e a ausência de reconhecimento dos idosos*. In: MARQUES, A.; MATOS, H. **Comunicação e política: capital social, reconhecimento e deliberação pública**. São Paulo: Summus, 2011.

UNITED NATIONS. **World Population Prospects**. The 2017 Revision: Key Findings and Advance Tables. Nova York: Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat, 2017. Disponível em https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf. Acesso em 2 de janeiro de 2018.

A diplomacia pública do Itamaraty: um estudo em relações públicas

*Camila Verbisck Alcântara Bonfim**

Resumo: Dado que o Brasil é uma potência média das relações internacionais, seu Ministério das Relações Exteriores é responsável pela diplomacia pública nacional, por meio da Assessoria de Imprensa do Gabinete. Considerando que diplomacia pública é tema interdisciplinar entre relações internacionais e comunicação, o objetivo geral desta pesquisa é verificar se os princípios da Teoria da Excelência em Relações Públicas estão presentes no trabalho da Assessoria de Imprensa do Gabinete do Itamaraty.

Palavras-chave: Diplomacia Pública. Assessoria de Imprensa do Itamaraty. Teoria da Excelência em Relações Públicas.

Introdução

Diplomacia pública é um conceito interdisciplinar entre comunicação e relações internacionais, pouco estudado no Brasil. A partir do entendimento de que diplomacia pública trata da transmissão de mensagens de política externa de um país para a opinião pública internacional, percebe-se que o tema tem aproximações concretas com a disciplina de relações públicas.

A escassez da produção científica sobre o tema no Brasil abre inúmeras possibilidades. Como estudo exploratório, foi escolhido para dissertação de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP) pesquisar a Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores do governo brasileiro. O departamento de imprensa do Itamaraty¹ é um dos responsáveis pela

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP). Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo (2003) e pós-graduação em Jornalismo Institucional pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), finalizado em 2008. cursou a primeira turma do MBA em Relações Internacionais da Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP). E-mail: cverbisck@usp.br.

1 Até 1970, a sede do Ministério das Relações Exteriores era o Palácio do Itamaraty, no Rio de Janeiro, e por isso sempre foi conhecido pelo nome do edifício onde estava abrigado. Quando a estrutura burocrática se transferiu para Brasília, passou a ocupar do Palácio dos Arcos, projetado por Oscar Niemeyer. Contudo, rapidamente a nova sede foi batizada de Palácio Itamaraty e o ministério continuou com o seu antigo nome (BRASIL, [s.d.]).

formulação e execução da diplomacia pública nacional, sendo composto por equipe de diplomatas de carreira lotados em Brasília.

O presente texto é um relato do andamento da pesquisa após sua qualificação em banca realizada em agosto de 2017. Desde então, ademais da consolidação dos capítulos teóricos, começou-se a pesquisa em si, constituída de entrevistas em profundidade e análise de materiais produzidos pela Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores. Ao longo do texto, são descritos o objeto da pesquisa, sua justificativa, seus objetivos, a metodologia aplicada, a fundamentação teórica e os resultados preliminares.

Objeto

O objeto da pesquisa constitui-se na Assessoria de Imprensa do Gabinete (AIG) do Ministério das Relações Exteriores do Brasil. Em seu site institucional, a AIG se descreve como uma das responsáveis pela formulação da diplomacia pública brasileira. No Itamaraty, as atividades da Assessoria de Imprensa do Gabinete incluem o relacionamento do ministério com a mídia e o gerenciamento de suas redes sociais (BRASIL, [s.d.]).

A AIG é um órgão ligado diretamente ao ministro das Relações Exteriores, que teve suas origens no final da década de 1910, em uma estrutura dedicada ao relacionamento com a mídia dentro do Itamaraty (CASTRO, 2009). Hoje, a Assessoria de Imprensa do Gabinete tem responsabilidade direta na elaboração das diretrizes da diplomacia pública, além da coordenação da cobertura de eventos de presença do presidente da República no Brasil e no exterior.

Justificativa

Uma das dez maiores economias do mundo (BANCO MUNDIAL, 2017) e com uma rede de mais de 220 escritórios de representação em vários países (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, [s.d.]), o Brasil é considerado uma potência média² (MARQUES, 2005) e emergente (LEATHERMAN, 2012) nas relações internacionais.

A Constituição Federal (BRASIL, 1988) explicita que a política externa deve ser pautada pelos princípios de independência nacional, prevalência dos direitos humanos, autodeterminação dos povos, não intervenção, igualdade entre Estados,

² Potência média, segundo Keohane (1969) é o país que não domina a política internacional sozinho, mas tem influência considerável de atuação, com alinhamento a pequenos grupos ou organizações internacionais regionais ou universais.

defesa da paz, solução pacífica de conflitos, repúdio ao terrorismo e ao racismo, cooperação entre os povos para o progresso da humanidade e concessão de asilo político. Esses princípios dão oportunidade para o Brasil expandir seu *soft power* e realizar ações de diplomacia pública, que demonstrem seu ponto de vista nos temas de governança internacional.

A atenção especial que a política externa brasileira recebe demanda a organização de estruturas encarregadas de transmitir mensagens sobre diplomacia pública. O Ministério das Relações Exteriores esclarece que um dos órgãos responsáveis pela diplomacia pública é a Assessoria de Imprensa do Gabinete do ministro das Relações Exteriores (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, [s.d]).

Mesmo com a destacada importância do Brasil e seu órgão diplomático, há falta de estudos sobre a diplomacia pública nacional. Verifica-se também que são praticamente inexistentes referências em português sobre o tema diplomacia pública. Essa deficiência de pesquisas abre espaço para estudos que abordem a diplomacia pública, não só no ponto de vista das relações internacionais, mas também da comunicação.

Objetivos

A pesquisa sobre a diplomacia pública realizada pela Assessoria de Imprensa do Gabinete do Itamaraty conta com objetivos gerais e específicos.

O objetivo geral é verificar se os princípios da Teoria da Excelência em Relações Públicas, formulados por Grunig (2002), são aplicados à diplomacia pública desenvolvida pela Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores.

Já os objetivos específicos são:

- a. Descrever a estrutura da Assessoria de Imprensa do Gabinete e o perfil dos diplomatas atuantes neste órgão;
- b. Verificar as estratégias de diplomacia pública formuladas pela Assessoria de Imprensa do Gabinete e até que ponto elas influenciam ou são influenciadas pela política externa do Itamaraty;
- c. Classificar o modelo de Relações Públicas utilizado pela Assessoria de Imprensa do Ministério das Relações Exteriores (GRUNIG; HUNT, 1984), assim como a classificação de estrutura (ZAHARNA, 2009), propósito (KELLEY, 2008; LEONARD; STEAD; SMEWING, 2002), pilar (ROSS, 2003) e taxonomia (CULL, 2008, 2009b, 2012).

Metodologia

A análise correspondente ao objetivo geral e aos objetivos específicos desta pesquisa exploratória será realizada a partir de dados coletados em entrevistas semiestruturadas, realizadas entre os dias 10 de outubro e 10 de novembro de 2017, presencialmente nas cidades de São Paulo (SP) e Brasília (DF) e por Skype com diplomatas locados em Nova York e Washington D.C., nos Estados Unidos.

Foram entrevistados, ao todo, dez indivíduos de três perfis: diplomatas com atuação na Assessoria de Imprensa do Gabinete; diplomatas sem atuação na Assessoria do Gabinete, mas com interesse em diplomacia pública; e profissionais de imprensa.

Os entrevistados assinaram Termo de Consentimento em Pesquisa, na qual a pesquisadora se compromete a não identificá-los na dissertação.

Além das entrevistas, serão analisados documentos que acrescentem dados às informações colocadas pelos entrevistados. Serão usadas categorizações temáticas das notas à imprensa divulgadas no site do Itamaraty, assim como o estudo da formação profissional dos diplomatas atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete.

Fundamentação teórica

A literatura especializada utilizada para referenciar o quadro teórico da dissertação é composta de três grupos: diplomacia e o Ministério das Relações Exteriores; diplomacia pública; e a Teoria da Excelência em Relações Públicas. Destaca-se que as referências sobre diplomacia pública em português são escassas, por consequência, os autores citados são especialistas estrangeiros no tema.

No Brasil, a instituição responsável por formular e executar a política externa é o Ministério das Relações Exteriores, sobre qual os estudos historiográficos dividem-se nos oficiais, como os escritos de Flávio Castro e Francisco Castro (2009), e os acadêmicos, com autores como Zairo Cheibub (1985). A instituição das relações governamentais internacionais brasileiras tem origem em uma estrutura que evolui desde a transferência da Família Real ao Brasil, em 1808, com transformações em seus departamentos e recursos humanos que acompanham a história política e econômica do país e do mundo (CASTRO, 2009; CASTRO E CASTRO, 2009).

A historiografia sobre o Itamaraty aborda três fases de sua institucionalização, de acordo com Cheibub (1985): Período Patrimonial (de 1822 até o final do século XIX), Momento Carismático (anos iniciais do século XX) e Período Burocrático-Racional

(final da década de 1910 até o final do século XX). O Período Patrimonial inicia-se com o reconhecimento da Independência e tem como característica baixo grau de profissionalismo, ‘filhotismo’ e empreguismo (CHEIBUB, 1985). O segundo período histórico, chamado “Período Carismático”, é marcado pela nomeação do Barão do Rio Branco para o cargo de chanceler, tendo como consequências a centralização da burocracia em torno do ministro de Estado e a origem oligárquica dos novos diplomatas. O último período da classificação de Cheibub (1985) – chamado Burocrático-Profissional – corresponde ao século XX após o falecimento do Barão do Rio Branco, em 1912, sendo marcado pela adoção dos concursos públicos para a entrada no ministério e a consequente profissionalização dos quadros (CHEIBUB, 1985).

Ainda sobre o Ministério das Relações Exteriores, cabe listar as características burocrático-institucionais, que o fizeram ser reconhecido como um órgão peculiar entre as instituições governamentais brasileiras. Sua cultura organizacional marca fortemente a socialização dos novos diplomatas, como descrito por Moura (2006; 2007), resultando em forte espírito de corpo e parentesco simbólico. Também apresentam-se entre as particularidades do Itamaraty a forte presença de bacharéis em Direito (LIMA, 2014; CHEIBUB, 1986), que tem reflexos no forte formalismo dessa repartição pública (RAMOS, 1966; AMADO, 2013). Já Barros (1986) e Faria, Lopes e Casarões (2012) fazem observações sobre o insulamento burocrático e o profissionalismo do órgão.

O tema diplomacia pública merece detalhamento específico, por ser o principal conceito que balizará a pesquisa de mestrado, bem como seu tangenciamento com as relações públicas. Entre as diferentes interpretações do termo diplomacia pública, destaca-se sua primeira acepção, de meados dos anos 1960:

A diplomacia pública lida com a influência das atitudes públicas na formação de políticas estrangeiras. Ela inclui dimensões das relações internacionais além da diplomacia tradicional; o cultivo pelo governo da opinião pública em outros países; a interação entre grupos privados e de interesse de um país com outro; o ato de relatar os assuntos estrangeiros e seu impacto na política; a comunicação entre aqueles cujo trabalho é comunicação, como diplomatas e correspondentes estrangeiros; e o processo de comunicação intercultural (GULLION, 1965 apud CULL, 2009a, p. 19).

Há diferentes classificações para a diplomacia pública, sendo elas importantes para a análise das atividades da Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores. As principais classificações encontradas na literatura sobre diplomacia

pública abordam sua estrutura (ZAHARNA, 2009), propósito (KELLEY, 2008; LEONARD, STEAD, SMEWING, 2002), pilares (ROSS, 2003) e taxonomia (CULL, 2008, 2009b, 2012).

Zaharna (2009) propôs a classificação de estrutura, separando-a sob os enquadramentos informacional e relacional. A diplomacia pública informacional se preocupa em emitir a informação do país para o público estrangeiro, almejando alcançar objetivos políticos; enquanto o enquadramento relacional centra-se no relacionamento entre o emissor e o receptor da mensagem, alcançando harmonia e coesão social.

Já a classificação do propósito da diplomacia pública corresponde a sua abordagem em termos de informar, influenciar ou engajar o público estrangeiro. Em sua origem, as categorias foram pensadas por Leonard, Stead e Smewing (2002), que consideraram uma escala de espaço e tempo progressiva: informar seria a forma de reagir rapidamente a notícias sobre a política externa; influenciar corresponderia a um trabalho proativo para reforçar mensagens-chave; e engajar seria construir relacionamentos de longo prazo. Kelley (2008) aprofunda as ideias de Leonard, Stead e Smewing (2002), formulando uma matriz de substratos da diplomacia pública, que enquadra as atividades de informação e influência dentro de um modelo de *advocacy*, enquanto as tarefas de engajamento seriam parte de um modelo de aconselhamento.

A proposta de análise sob a ótica dos pilares considera a posição de um país na formulação de sua diplomacia pública: seguir o planejamento de política externa; explicar as ações de política externa com base nos valores culturais do país formulador; reforço para a consistência, confiabilidade e credibilidade da diplomacia pública; não existir contradição entre as mensagens transmitidas para diferentes públicos; saber transmitir as mensagens em diferentes canais; incentivar o entendimento mútuo (ROSS, 2003).

A classificação taxonômica da diplomacia pública leva em consideração as ferramentas utilizadas para que o país transmita suas mensagens. Cull (2008, 2009b, 2012) preconiza a utilização de pesquisas de opinião, estratégias de *advocacy*, diplomacia cultural, diplomacia de intercâmbio e radiodifusão internacional. Cada um dos instrumentos levará a diferentes formas do país transmitir mensagens relacionadas a sua política externa e cultura, impactando os públicos estrangeiros em curto, médio ou longo prazos.

A diplomacia pública lida com a transmissão de mensagens para públicos estratégicos, assim como o faz as relações públicas. A aproximação entre os dois temas teve aprofundamentos em Signitzer e Coombs (1992), que apontaram a convergência conceitual entre as duas disciplinas. Contudo, é mais recente a aplicação da Teoria

da Excelência em Relações Públicas à diplomacia pública. Yun (2005) comprovou em sua tese doutoral que os dez princípios formulados por Grunig (2009) são aplicáveis à diplomacia pública, ao analisar a diplomacia pública formulada pelas embaixadas estrangeiras sediadas em Washington D.C..

A Teoria da Excelência em Relações Públicas constitui-se em pesquisa realizada por James E. Grunig e colegas para identificar os atributos de relações públicas que tornam uma empresa eficaz. Por meio de entrevistas com 327 instituições, entre empresas públicas, empresas privadas e organizações não-governamentais, chegou-se a uma análise fatorial de indicadores como o valor da comunicação, a contribuição para funções organizacionais estratégicas, os papéis das relações públicas, os modelos de relações públicas, o potencial da unidade de comunicação, a pressão dos ativistas na organização, as variáveis relativas a funcionários e o *status* das mulheres (GRUNIG; GRUNIG; DOZIER, 2002).

Grunig (2009) lista entre as aplicações da Teoria da Excelência em Relações Públicas o estudo de Yun (2005), em seu doutoramento na Universidade de Maryland. Yun (2005) comprovou que os princípios da Teoria da Excelência em Relações Públicas estão presentes na diplomacia pública.

O Quadro 1 lista os dez princípios originais das relações públicas e sua adaptação para a diplomacia pública.

Quadro 1 – Teoria da Excelência em Relações Públicas (TERP) e Teoria da Excelência em Diplomacia Pública (TEDP)

Teoria da Excelência em Relações Públicas	Teoria da Excelência em Diplomacia Pública
<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento das Relações Públicas no planejamento estratégico • Empoderamento das Relações Públicas junto aos altos níveis gerenciais • Relações Públicas integradas • Relações Públicas como uma função gerencial separada de outras • Departamento de Relações Públicas comandado por um gerente • Modelo simétrico de duas mãos • Sistema simétrico de comunicação interna • Departamento tem o conhecimento necessário para ter papel gerencial • Diversidade em vários cargos • Ética 	<ul style="list-style-type: none"> • Envolvimento da Diplomacia Pública no planejamento estratégico da política exterior • Empoderamento da Diplomacia Pública junto aos altos níveis gerenciais • Diplomacia Pública integrada • Diplomacia Pública como uma função gerencial separada de outras • Unidade ou agência de Diplomacia Pública comandada por um gerente • Modelo simétrico de duas mãos • Sistema simétrico de comunicação interna • Unidade ou agência tem o conhecimento necessário para ter papel gerencial • Diversidade em vários cargos • Ética

Fonte: Grunig (2009); Yun (2005)

Nesta parte do texto foram apresentados os principais autores e conteúdos teóricos que balizam a pesquisa sobre a diplomacia pública realizada pela Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores. As referências e marcos teóricos levantados colaborarão na análise das atividades realizadas pelo departamento de Assessoria de Imprensa, dando instrumentos para verificar se a diplomacia pública aproxima-se da excelência.

Conclusões preliminares

A partir das entrevistas realizadas sobre o trabalho da Assessoria de Imprensa do Gabinete do Ministério das Relações Exteriores é possível chegar a resultados preliminares. A partir da transcrição das entrevistas são extraídos três grupos de conclusões: política de diplomacia pública e atividades da Assessoria de Imprensa do Gabinete, formação e treinamento de pessoal, e diversidade no órgão responsável pela diplomacia pública.

Quanto à política de diplomacia pública e atividades da Assessoria de Imprensa do Gabinete, as análises apontam que não existe consenso sobre a importância de se estabelecer uma política formal de diplomacia pública para o país. É perceptível que, por um lado, alguns diplomatas com conhecimentos teóricos mais aprofundados sobre diplomacia pública defendem diretrizes da diplomacia pública do Itamaraty. Por outro lado, os diplomatas que aprenderam suas atividades de diplomacia pública de forma empírica acreditam que a formalização de uma política de diplomacia pública irá engessar as tarefas da Assessoria de Imprensa do Gabinete. Essa falta de diretrizes formais tem impacto nas atividades do departamento, que se destacam mais por serem reativas, respondendo a crises ou demandas de jornalistas e da sociedade civil, do que estratégicas e previamente planejadas.

Já em relação ao treinamento e formação dos diplomatas que atuam na Assessoria de Imprensa do Gabinete, relata-se que não existe capacitação interna para as atividades. O trabalho do departamento é aprendido na prática, assim como acontece em todas as divisões do Itamaraty. Mesmo os diplomatas com mais tempo de serviço na Assessoria de Imprensa do Gabinete não realizam cursos externos relativos ao tema de diplomacia pública.

A questão da diversidade entre os diplomatas atuantes na Assessoria de Imprensa do Gabinete também merece observações prévias. No período das entrevistas presenciais no Itamaraty, em outubro de 2017, relatou-se à pesquisadora a presença de apenas duas

diplomatas mulheres na equipe do departamento, do total de oito pessoas. Embora exista política de ação afirmativa para a aprovação de afrodescendentes no Ministério das Relações Exteriores, registrou-se a participação de duas pessoas fenotipicamente negras entre os membros da equipe.

Referências

AMADO, André. **Por dentro do Itamaraty**: impressões de um diplomata. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2013. Disponível em http://funag.gov.br/loja/download/1016-Por_dentro_do_Itamaraty.pdf. Acesso em janeiro de 2018.

BANCO MUNDIAL. **Gross domestic product 2015**. [s.l], 2017. Disponível em <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf>. Acesso em janeiro de 2018.

BARROS, Alexandre de S. C. *A formulação e a implementação da política externa brasileira: o Itamaraty e os novos atores*. In: MUÑOZ, Heraldo; TULCHIN, Joseph (eds.). **A América Latina e a política mundial**. São Paulo: Convívio, 1986.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, outubro de 1988. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em janeiro de 2018.

CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira. **1808-2008: Dois séculos de história da organização do Itamaraty** – Volume 1: 1808-1979. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2009. Disponível em <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/al000024.pdf>. Acesso em janeiro de 2018.

CASTRO, Flávio Mendes de Oliveira; CASTRO, Francisco Mendes de Oliveira. **1808-2008: Dois séculos de história da organização do Itamaraty** – Volume 2: 1979-2008. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2009. Disponível em: http://funag.gov.br/loja/download/561-1808-2008_-_Itamaraty_Dois_Seculos_de_Historia_Vol._2.pdf. Acesso em janeiro de 2018.

CHEIBUB, Zairo Borges. **Diplomacia e Construção Institucional**: O Itamaraty em uma Perspectiva Histórica. *Dados*, 28 (1): 113–31, 1985.

CULL, Nicholas J. **Public diplomacy: lessons from the past**. Los Angeles: Figueroa Press, 2012. Disponível em <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/kitaplar/PDPerspectivesLessons.pdf>. Acesso em janeiro de 2018.

_____. *Public Diplomacy before Gullion: the Evolution of a Phrase*. In: SNOW, Nancy; TAYLOR, Philip M. (eds). **Routledge Handbook of Public Diplomacy**. Nova York: Routledge, 2009.

_____. *Diplomacia pública: consideraciones teóricas*. **Revista Mexicana de Política Exterior**, México, n. 85, 2009. Disponível em <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/cull.pdf>. Acesso em janeiro de 2018.

_____. *Public Diplomacy: Taxonomies and Histories*. **The Annals Of The American Academy Of Political And Social Science**, [s.l.], v. 616, n. 1, 1 de março de 2008. SAGE Publications.

FARIA, Carlos Aurélio Pimenta; LOPES, Dawisson Belém; CASARÕES, Guilherme. *Mudanças institucionais no Itamaraty, ethos corporativo e mitigação do insulamento burocrático do serviço exterior brasileiro*. In: FARIA, Carlos Aurélio Pimenta (org). **Implementação de políticas públicas: teoria e prática**. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2012.

GRUNIG, Larissa A.; GRUNIG, James E.; DOZIER, David M. **Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2002.

GRUNIG, James E. *Uma teoria geral das Relações Públicas*. In: GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

_____; HUNT, Todd. **Managing Public Relations**. Orlando: Holt, Rinehart & Winston, 1984.

KELLEY, John Robert. *Between “Take-offs” and “Crash Landings”*: Situational Aspects of Public Diplomacy. In: SNOW, Nancy; TAYLOR, Philip M. (eds). **Routledge Handbook of Public Diplomacy**. Nova York: Routledge, 2009.

KEOHANE, R. *Lilliputians' dilemmas: small states in the international politics*. **International Organizations**, v. 23, n.2, 1969.

LEONARD, Mark; STEAD, Catherine; SMEWING, Conrad. **Public Diplomacy**. Londres: The Foreign Policy Centre, 2002.

LEATHERMAN III, Albert Roy. **Brazil as an Emerging Power: Its Role in the Transition to a Multipolar Order and the Consequences for its Relations with the United States**. São Paulo, 2012. Dissertação de mestrado – Instituto de Relações Internacionais/USP.

LIMA, Rodolfo de Carmargo. **Burocratas, Burocracia e Política: O Ministério das Relações Exteriores, um Perfil**. São Paulo, 2015. Dissertação de mestrado – FFLCH/USP.

MARQUES, Sylvia Ferreira. **A imagem internacional do Brasil no Governo Cardoso (1995-2002): uma leitura construtivista do conceito de potencia média**. São Paulo, 2005. Dissertação de mestrado – PUC-RJ.

MINISTÉRIO das Relações Exteriores. **Diplomacia Pública**. Brasília, [s.d.]. Disponível em <http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/diplomacia-publica>. Acesso em janeiro de 2018.

MOURA, Cristina Patriota. *O Inglês, o Parentesco e o Elitismo na Casa de Rio Branco*. **Cena Internacional**, ano 8, nº 1, 2006. Disponível em <http://132.248.9.34/hevila/CENAInternacional/2006/vol8/no1/2.pdf>. Acesso em janeiro de 2018.

_____. **O Instituto Rio Branco e a diplomacia brasileira: um estudo de carreira e socialização**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

RAMOS, Alberto Guerreiro. **Administração e estratégia do desenvolvimento: elementos de uma sociologia especial da administração**. Rio de Janeiro: Getúlio Vargas, 1966.

ROSS, Christopher. *Pillars of Public Diplomacy: Grappling with International Public Opinion*. **Harvard International Review**. Summer 2003. Disponível em <http://hir.harvard.edu/article/?a=1117>. Acesso em janeiro de 2018.

SIGNITIZER, Benno H.; COOMBS, Timothy. *Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences*. **Public Relations Review**, [s.l.], v. 18, n. 2.

YUN, Seong-Hun. **Toward theory building for comparative public diplomacy from the perspectives of public relations and international relations: a macro-comparative study of embassies in Washington, D.C. Maryland, 2005**. Tese de doutorado – University of Maryland, College Park.

ZAHARNA, Rhonda S. *Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives*. In: SNOW, Nancy; TAYLOR, Philip M. (eds). **Routledge Handbook of Public Diplomacy**. Nova York: Routledge, 2009.

The background of the entire page is a complex network diagram. It consists of numerous small, light gray circular nodes connected by thin, light gray lines. The nodes are scattered across the page, with some appearing in larger sizes or darker shades of gray, possibly indicating different levels of connectivity or importance. The overall effect is a dense, interconnected web of points and lines, suggesting a digital or networked environment.

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE NARRATIVAS E AUDIOVISUAL

O jornalismo esportivo do Comitê Olímpico do Brasil: da pauta aos meios

*Carlos Augusto Tavares Junior **

Resumo: Este trabalho tem como objeto o conteúdo esportivo noticiado pelo sítio do Comitê Olímpico Brasileiro (COB). Por meio do desafio na cobertura de mais de quarenta modalidades olímpicas, apresentar atletas com pouca visibilidade na mídia, e em meio aos valores olímpicos, surge o contraste com a competição dos torneios esportivos transmitidos pela mídia e a demarcação da janela cobertura jornalística dos campeonatos e dos jogos olímpicos, que em 2016 aconteceram no Rio de Janeiro. Ao mesmo tempo em que o endereço web do COB proporciona ao usuário da internet o acesso a informações de acontecimentos dos esportes olímpicos e muitas dessas modalidades não são noticiadas além do evento internacional, também existe a possibilidade de que o Comitê Olímpico Brasileiro contribua na produção dos noticiários a partir do momento em que esse conteúdo passa a interagir com a pauta dos jornalistas de esportes.

Palavras-chave: Comitê Olímpico Brasileiro. Jogos Olímpicos Rio 2016. Jornalismo esportivo. Pauta Jornalística.

Introdução

Este trabalho foi elaborado com base em entrevistas com pesquisadores e professores de jornalismo diante do cenário sobre o jornalismo esportivo no Brasil, o primeiro país da América do Sul a sediar uma edição dos Jogos Olímpicos de Verão, no Rio de Janeiro, entre os dias 3 e 29 de agosto de 2016. Dentro deste contexto, existe uma necessidade em se apresentar uma discussão em torno do próprio jornalismo esportivo diante de características da contemporaneidade, como os impactos da tecnologia na multimídia convergente e a especificidade do padrão da cobertura, como, por exemplo, a predominância do futebol e a confusão entre essa modalidade e o esporte em si, como observa o professor de jornalismo da PUC de Campinas, Mário Erbolato:

* Bacharel em Comunicação Social (hab. Radialismo), mestre em Ciências da Comunicação (USP, 2013), doutorando em Ciências da Comunicação (USP). CV Lattes em: <http://lattes.cnpq.br/5987225961848965>. E-mail: carlostavaresjr@usp.br.

Pode-se dizer que o futebol, fortalecido depois que o Brasil se tornou tricampeão mundial, é o esporte que mais entusiasma a maioria dos brasileiros. Mesmo os que normalmente pouco se interessam por determinado quadro começam a incentivá-lo e a desejar que obtenha a vitória, se um clube participar com destaque de um campeonato (ERBOLATO, 1981, p. 14).

Algumas peculiaridades percebidas sobre o uso da tecnologia e da consolidação da internet como mídia eletrônica em 2016 foram consideradas a fim de se investigar pelo âmbito conceitual o sítio *web* do Comitê Olímpico Brasileiro (COB) desde a adequação do perfil do endereço cibernético do COB como um agente de comunicação jornalística para que haja uma posterior análise dessa mídia como fonte de informação para jornalistas. Dessa maneira se propõe um direcionamento focado na temática abordada, com base na busca conceitual pelos termos “jornalismo esportivo” e “a pauta olímpica no Brasil”.

Jornalismo esportivo

No Brasil no século XXI, particularmente em 2016, a atuação da especialidade do jornalismo destinada aos esportes pode não demonstrar, *a priori*, reflexos decorrentes da pauta com as interfaces desportivas na produção midiática e de como o contexto esportivo, sobretudo como os termos “ginga, drible e regras” acabaram assimilados no cotidiano brasileiro.

Para o professor e pesquisador da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Ronaldo George Helal, os contextos cultural e social também contribuem na definição dessa prática no Brasil:

Jornalismo esportivo é jornalismo. Talvez, o que poderia diferenciar de outras editoriais de esporte é que (o que eu acho que) jornalismo esportivo, talvez junto com o jornalismo de cultura seriam editoriais em que uma certa dimensão pelo gosto do objeto que está sendo informado é mais permitido, o que não é permitido por exemplo na seção de política. Ainda assim, existe uma tendência muito forte, hoje em dia, de o jornalismo esportivo se distanciar cada vez mais do seu objeto e procurar fazer um certo jornalismo mais investigativo. Mas, desde Mário Filho já havia essa ideia, essa permissão, de o jornalismo esportivo demonstrar um pouco mais a sua paixão pela atividade. Hoje, eu acho que isso vem diminuindo (HELAL, R. 2015. Entrevista com o Prof. Dr. Ronaldo George Helal [set. 2015]. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ).

Neste ponto, o pensamento de Ronaldo Helal reflete um aspecto específico: um consenso histórico que pontue em detalhes as características de uma deontologia

do Jornalismo Esportivo, também percebido, em 1981, no primeiro trabalho de pós-graduação sobre Comunicações e Esportes produzido na Universidade de São Paulo (USP), pela dissertação de mestrado “**O cartola e o jornalista: a influência da política clubística no jornalismo esportivo de São Paulo**”, defendida na Escola de Comunicações e Artes pelo pesquisador e professor da Universidade Católica de Santos, Ouhydes João Augusto da Fonseca:

Em realidade, não há muitas fontes de consulta do jornalismo esportivo, talvez em razão do seu aparecimento tardio, de sua condição de filho bastardo do jornalismo. Assim, a história do jornalismo esportivo mundial ultrapassa pouco mais de cem anos (FONSECA, 1981, p. 18).

A apresentação das notícias desportivas dos Jogos Olímpicos Rio 2016 pode oferecer uma boa possibilidade de ampliação e envolver modalidades diferentes, cujas práticas são desconhecidas (sem recorrência) em um cenário envolvido pelas seguintes modalidades preponderantes: futebol, basquete, vôlei e natação; estação de campeonatos e janelas entre torneios; valores esportivos (como a moral e a ética das modalidades) e a história dos atletas que passam a protagonizar sagas de luta e superação, a partir da conquista e até mesmo da frustração de expectativas sobre uma medalha.

O professor da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, João Jair Sartorelo, considera que:

O desafio da mídia para cobrir um evento olímpico deve ter um caráter idôneo, não pode ser levado por emoções e deve ter um senso crítico: ele não pode simplesmente criticar por criticar, ele deve apresentar os motivos das críticas e também dos elogios. No momento, há uma confusão: existem pessoas que fazem uma análise diferenciada entre esporte, desporto e atividade física... O importante é o ser humano se movimentar, praticar qualquer tipo de atividade. Em Campo Grande, não existe um planejamento [olímpico] para daqui a alguns anos. O que existem são pessoas que tem interesse em fazer alguma coisa planejada, mas quando obtêm algo, não tem apoio de nada. É o atleta autodidata, ou pai do atleta ou é algum benfeitor que aparece para auxiliar essas pessoas, mas que não tem condições de levar um projeto grande para frente (SARTORELO, J. J., 2015. Entrevista com o professor-associado João Jair Sartorelo [nov. 2015]. Campo Grande: UFMS).

Com isso, emerge a dúvida que relaciona tanto o planejamento dos eventos esportivos, como a prática esportiva, além da vivência cotidiana como espectador que assiste aos jogos do Rio 2016. O espetáculo pressupõe de qualidades positivas como,

por exemplo, divulgar e promover atividades físicas; bem como o lado mercantilizado, decorrente de ações de marketing proveniente do contexto dos esportes de alto rendimento. O conceito de espetáculo discorrido pelo escritor e cineasta francês Guy Debord revela indícios acerca de receios relacionados à possibilidade latente de ocorrência de erros na realização de megaeventos:

Sob as oposições espetaculares, esconde-se a *unidade da miséria*. [...] conforme as necessidades do estágio particular da miséria que o espetáculo nega e mantém, ele existe sob forma *concentrada* ou sob forma *difusa*. Em ambos os casos, ele não passa de uma imagem de unificação feliz cercada de desolação e pavor; ocupa o centro tranquilo da desgraça (DEBORD, 1997, p. 42, com grifos do autor).

Esse mesmo tipo de percepção pode ser comparado com a descrição que o professor da USP, Manuel Carlos Chaparro, realiza ao se inserir tanto no campo profissional, quanto do ensino de Jornalismo:

Eu já fiz jornalismo esportivo, sou torcedor do Benfica e foi uma boa experiência [minha] do jornalismo esportivo porque, ao contrário de algumas outras áreas onde o jornalismo é usado, o esporte é um ambiente de atos e falas intensamente emotivos. Você sempre está participando quando escreve ou quando faz alguma coisa na área do esporte, você sempre está participando de um ambiente muito amplo e emocional, por causa do conflito (CHAPARRO, M. C. 2015. Entrevista com o Prof. Dr. Manuel Carlos Chaparro [set. 2015]. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ).

A prática do jornalismo no Brasil que sediou os Jogos Olímpicos de 2016 apresenta várias nuances, a se considerar a multiprodução de conteúdos informativos em diversos canais cibernéticos. Com efeito, a recíproca pode não se realizar, diante de uma sobrecarga de *weblogs* e redes sociais, por exemplo, com o tema esporte direcionado estritamente para o futebol, enquanto outras modalidades olímpicas permanecem desconhecidas, por conta da visibilidade ofuscada diante dos temas “esportivos”. O pesquisador Pascoal Luiz Tambucci, que é professor da Universidade Paulista (Unip) e também diretor e professor do Centro de Práticas Esportivas da Universidade de São Paulo (CEPE/USP), considera:

Hoje, diferente de umas duas ou três décadas, o esporte está muito marcado na cultura brasileira: hoje o cidadão comum tem muito mais chances de praticar uma atividade física ou um esporte predileto porque isso já está fazendo parte

de nossa cultura; não que no passado não fizesse, mas agora está muito mais flexível, aberto, se encontram incentivos em diferentes lugares – e o jornalismo esportivo ele não deve apenas focar o esporte de rendimento, que são essas modalidades que ficam em evidência na mídia e que revelam grandes atletas e também grandes marcas que se apropriam do atleta para vender seus produtos – como também atender um esporte amador, educacional que atua na formação do cidadão comum (TAMBUCCI, 2016. IDEM).

A cobertura jornalística dos jogos olímpicos se depara com as seguintes características: trata-se de um megaevento esportivo de âmbito internacional, que ocorreu no Brasil em 2016, e o acontecimento de forma bissexta e itinerante em diversos países implica em um desafio da cobertura jornalística devido ao fato da produção de notícias terem que abranger quarenta modalidades. Por esse motivo, a dificuldade de noticiar atletas e esportes com pouca visibilidade na mídia brasileira, devido a cada esporte corresponder a 2,5% do conteúdo ocorrido em partidas simultâneas.

O sociólogo italiano e pesquisador de temas brasileiros, Domenico de Masi (2015), exemplifica esse elemento cultural do Brasil destacado em 2016 com características da preocupação do brasileiro em comparação com outros eventos esportivos:

O Brasil terá ainda, no futuro, uma população cíclica, oscilando entre a euforia – com a crença de ser o melhor país do mundo – e a depressão e o pessimismo, ou seja, entre o complexo de pit bull e o complexo de vira-lata. Essa mentalidade permanecerá como fruto da realidade de avanços e retrocessos: ditaduras e democracias, crescimento econômico e depressões, estabilidade monetária e inflação. O país será dado a polaridades, a comportamentos coletivos pendulares e, assim manterá um espírito nacional dependente do instante histórico [...]. Dessa maneira, os críticos das mazelas do país serão atacados (como aconteceu na preparação para a Copa de 2014), mas [...] a autoestima do país, além disso, dependerá cada vez menos das conquistas do futebol ou da economia, concentrando-se naquilo que se refletirá em qualidade de vida para as pessoas (DE MASI, 2015, p. 222).

Em busca de um conceito de Jornalismo Esportivo

Com base nas informações coletadas pelas entrevistas de profundidade semiestruturadas sobre *o que é jornalismo esportivo* se obtém um levantamento com as principais considerações dos entrevistados com a finalidade de considerar o conceito do jornalismo esportivo no contexto dos Jogos Olímpicos do Rio 2016, a partir da seguinte ilustração:

O que é Jornalismo Esportivo?	
Prof. Dr. Manuel Carlos Chaparro (USP)	Jornalismo é a linguagem social e cultural mais adequada para socializar os discursos onde há conflitos. O esporte traz a emoção dos conflitos.
Prof. Dr. Ronaldo Georges Helal (UERJ)	Jornalismo esportivo é Jornalismo. A seção, talvez junto com o jornalismo de cultura seriam editoriais em que uma certa dimensão pelo gosto do objeto que está sendo informado é mais permitido, o que não é permitido por exemplo na seção de Política.
Prof. Dr. José Carlos Marques (Unesp)	Não me agrada essa definição de jornalismo esportivo, porque essa qualificação parece que diz que o jornalismo pratica esporte... O jornalismo esportivo vai se debruçar sobre o fato esportivo ligado a esses eventos do esporte profissional.
Prof. Dr. Anderson Gurgel Campos (Mackenzie)	Essa é uma das perguntas mais complicadas, quando estudamos comunicação e esporte no Brasil, porque há um confronto entre alguns teóricos que já estudam o assunto e o que temos cotidianamente na mídia. Defendo a ideia de que precisamos repensar o conceito de jornalismo esportivo, que fale do esporte de uma forma total: mostra o esporte profissional, mas também mostra o amador, o universitário, o esporte que inclui, o esporte que trabalha com a terceira idade, com as crianças, o esporte na educação.
Prof. Dr. Ary Rocco Jr (USP)	Jornalismo esportivo é uma especialização do jornalismo que especificamente trata ou deveria tratar de todas aquelas pautas relacionadas ao universo do esporte: prática esportiva, fomento ao esporte, megaeventos esportivos, competições esportivas, o atleta, o treinador; ou seja, todo aquele universo que efetivamente é responsável pelas modalidades esportivas e pelas competições esportivas em nível local, nacional, internacional e fomento do esporte.
Prof. Dr. Felipe Tavares Paes Lopes (Uniso)	O que está na chamada grande imprensa e aquilo que tem visibilidade nos meios de comunicação: espaço de entretenimento e lazer. Seria interessante ocorrer uma diversificação e algo além da politização – seria interessante configurar esse espaço, não só da leveza, do entretenimento, de tal modo para que ele seja utilizado para que possamos pensar os significados e as funções sociais do esporte na sociedade contemporânea.
Prof. João Jair Sartorelo (UFMS)	Aquilo que atrai toda a mídia nacional: evento. O desafio da mídia para cobrir um evento olímpico não pode ser levado por emoções e deve ter um senso crítico: deve apresentar os motivos das críticas e também dos elogios. O importante é o ser humano se movimentar, praticar qualquer tipo de atividade.
Prof. Dr. Pascoal Luiz Tambucci (USP)	O jornalismo esportivo tem que abarcar muitas questões porque o esporte tem forte apelo. Hoje o esporte está muito marcado na cultura brasileira: o cidadão comum tem muito mais chances de praticar uma atividade física ou um esporte predileto com a intenção de melhorar a qualidade de vida, da condição física ou até aumentar a disciplina no dia a dia.
Prof. Dr. Márcio Guerra (UFJF)	É uma atividade, uma editoria dentro do jornalismo, que tem a sua história marcada, primeiro, por um preconceito envolvendo a atividade, como se fosse uma atividade menor e que, aos poucos, foi se consolidando como um espaço cada vez mais legítimo e importante da prática de todas as teorias de Comunicação, com elemento, um componente diferencial, que nós lidamos com a paixão, lidamos com a emoção.

Fonte: Elaboração do próprio pesquisador com base em entrevistas realizadas

Considerações finais

A constatação é de que a cobertura dos Jogos Olímpicos do Rio 2016 se apresenta como um desafio para cobrir e noticiar as 40 modalidades olímpicas praticadas

durante o evento, sobretudo as que não possuem semelhanças com o futebol e, por conta disso, são desconhecidas do público brasileiro. Um outro dilema, entretanto, se reserva ao contexto dos Jogos Olímpicos por meio das modalidades: o elemento que transcende o próprio esporte que representa a ideologia olímpica prioriza fatores incomuns nas competições esportivas. O ponto de vista positivo do esporte e do atleta em relação à prática e à competição faz sentido apenas nesse tipo de evento. O contrário de ter um vencedor, um perdedor, ser profissional e disputar altas colocações como sinônimo de resultados, atinge relevância em competições “não olímpicas” e ainda assim, esportivas.

A cobertura que no Brasil também reflete como tal complexidade se postula da seguinte forma: a dificuldade de entender outros esportes a partir do futebol, principalmente ao se considerar a iminência da contemporaneidade, bem como a rápida atualização da formação profissional do jornalista que atuará na área de esportes diante das possibilidades da tecnologia e mídia convergente. Nesse caso, as considerações de Helal (2015) contemplam essa possibilidade, pois a editoria esportiva publicada na *web* também lida com existência dos jornalistas esportivos que, na realidade, só atuam com a modalidade futebol e, diante das notícias das modalidades, a incompletude editorial torna-se um desafio quando a cobertura trata de natação, vôlei, tênis, esgrima, atletismo, entre outros.

A constatação que no Brasil olímpico, o noticiário de esportes tem forte apelo na mídia (TAMBUCCI, 2016) junto aos leitores, ouvintes, telespectadores e usuários-interatores e que nele se manifestam e se exaltam as paixões (GUERRA, 2015) aponta para outras possibilidades que não ficam restritas no âmbito das competições, atletas, treinadores e federações: por meio de uma pesquisa sobre a pauta olímpica realizada previamente (2016), torna-se difícil a percepção apenas (ROCCO, 2015) dos elementos intrínsecos das partidas (MARQUES, 2015), devido ao noticiário esportivo tratar simultaneamente de outros assuntos de editorias especializadas, como cultura, saúde, medicina e política (como a cartolagem, por exemplo), entre outros. Por esse motivo, a prática de outras modalidades não deve ser prescindida e as áreas de atuação do jornalista, para além da preponderância de um tipo de esporte enquanto outras 39 variações contaram com atletas brasileiros, ainda que se encontrem fora da regularidade e do favoritismo, representam diferentes possibilidades que o trabalho do jornalista deve considerar quando o papel do repórter esportivo compreende o fomento da cidadania e o estímulo à prática de atividades esportivas.

Referências

AMARAL, Luiz. **Jornalismo**: matéria de primeira página. 3ª edição. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/UFC, 1982.

BUENO, Wilson da Costa. *Chutando prá fora*: os equívocos do jornalismo esportivo brasileiro. In: MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina (orgs.). **Comunicação e esporte**: tendências. Santa Maria: Pallotti/Intercom, 2005.

DA MATTA, Roberto. **O que faz do Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

_____. *Antropologia do óbvio*: notas em torno do significado social do futebol brasileiro. In: **Revista USP**. Dossiê futebol, nº 22. São Paulo: USP, junho-agosto de 1994.

_____. *et al.* **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DA TÁVOLA, Artur. **Comunicação é mito**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado**: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.

_____. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição do jornal diário. Petrópolis: Vozes, 1984.

FONSECA, Ouhides João Augusto da. **O cartola e o jornalista**: a influência da política clubística no jornalismo esportivo de São Paulo. São Paulo, 1981. Dissertação de mestrado ECA/USP.

HOHENBERG, John. **O jornalista profissional**: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.

LEVER, Janet. **A loucura do futebol**. Rio de Janeiro: Record, 1983.

MARQUES, José Carlos (org.). **Comunicação e esporte: diálogos possíveis**. Coleção Intercom NP's, volume 7. São Paulo: Artcolor, 2007.

RODRIGUES FILHO, Mário L. **O negro no futebol brasileiro**. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2004.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**. Criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

Referências eletrônicas

COMITÊ Olímpico do Brasil. **Website**. Disponível em <http://www.cob.org.br>.

_____. **Diretrizes do COI para a Mídia Social e Digital para pessoas credenciadas para os XXXI Jogos Olímpicos Rio 2016**. Disponível em <http://cob.org.br/Handlers/RecuperaDocumento.ashx?codigo=4539>. Acesso em 27/7/2016.

EQUIPE de bibliotecários da Biblioteca da Escola de Administração (UFRGS). **Como citar no texto acadêmico as entrevistas oriundas de pesquisas qualitativas?** Porto Alegre: UFRGS, 2017. Disponível em <https://www.ufrgs.br/escoladeadministracao/wp-content/uploads/2017/07/como-citar-entrevistas.pdf>. Acesso em 29/10/2017.

Documentos sonoros

CAMPOS, Anderson Gurgel. Entrevista: Prof. Dr. Anderson Gurgel Campos [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (4,5 min).

CHAPARRO, Manuel Carlos da Conceição. Entrevista: Prof. Dr. Manuel Carlos da Conceição Chaparro [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (5,4 min).

FREITAS, Eva Regina. Entrevista: Jornalista Eva Regina Freitas [nov. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Campo Grande: Palácio das Comunicações, 2015. 1 arquivo .WAV (10 min.).

GUERRA, Márcio de Oliveira. Entrevista: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015.

HELAL, Ronaldo George. Entrevista: Prof. Dr. Ronaldo George Helal [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (2 min.).

MARQUES, José Carlos. Entrevista: Prof. Dr. José Carlos Marques [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (1,5 min.).

RAMALHO, Arthur Mário Medeiros. Entrevista: Jornalista e radialista Arthur Mário Medeiros Ramalho [nov. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Campo Grande: Rádio Cultura AM 680, 2015. 1 arquivo .WAV (17,2 min.).

ROCCO JR, Ary. Entrevista: Prof. Dr. Ary Rocco Junior [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015. 1 arquivo .WAV (2,5 min.).

SARTORELO, João Jair. Entrevista: Prof. João Jair Sartorelo [nov. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Campo Grande: UFMS, 2015. 1 arquivo .WAV (6,1 min.).

TAMBUCCI, Pascoal Luiz. Entrevista: Prof. Dr. Pascoal Luiz Tambucci [mar. 2016]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. São Paulo: EEFPE/CEPE/USP, 2016. 1 arquivo .WAV (14,4 min.).

Do passado ao porvir, a nação contada em capítulos: uma história cultural da telenovela brasileira

*Lucas Martins Néia**

Resumo: A pesquisa visa traçar uma história cultural da telenovela brasileira, a fim de compreender o contexto televisivo contemporâneo e, a partir dessa base, engendrar prospecções acerca do futuro desse formato da teleficção e da própria televisão no Brasil. Tenciona-se, a partir de análise multimetodológica e transdisciplinar de 30 ficções televisivas, observar as inter-relações entre essa narrativa de matriz melodramática e o constructo da identidade nacional dos anos 1950 aos dias de hoje.

Palavras-chave: Telenovela brasileira. História cultural. Identidade nacional.

Esta investigação, iniciada no nível mestrado e desenvolvida atualmente no nível doutorado direto, se propõe a traçar uma história cultural da telenovela brasileira no período circunscrito entre os anos de 1951 e 2017. Tomando a relação entre melodrama e nação como principal problemática da pesquisa, selecionamos 30 títulos produzidos e exibidos nesse escopo temporal para composição de nosso universo empírico. Além de identificar as dinâmicas histórico-culturais presentes nos principais marcos da história da telenovela, compreendendo-os como fenômenos ativos na construção da identidade cultural do País, objetivamos verificar como todo esse processo culminou no atual contexto televisivo – no qual a telenovela ainda ocupa um lugar central – e refletir sobre o futuro destas ficções e da própria televisão.

Objeto de estudo e justificativa

Formato televisivo preponderante na América Latina, a telenovela adquiriu uma natureza própria no Brasil ao incorporar, sob as regras do melodrama, temas

* Roteirista, dramaturgo e diretor teatral. Doutorando em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Bacharel em Artes Cênicas pela Universidade Estadual de Londrina. Pesquisador do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN/ECA-USP) e do Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (Obitel). E-mail: lucas_martins_neia@hotmail.com.

em pauta na agenda social do País, manifestando vigorosamente uma dialética na qual se apresenta tanto como operativa quanto como transformadora da cultura e se tornando a experiência cultural, estética e social que melhor caracteriza, de acordo com Lopes (2009), uma “narrativa da nação”.

Três das tramas exibidas em 2017 tematizaram explicitamente a nação: enquanto *Novo Mundo* (Globo, 18h) e *Os Dias Eram Assim* (Globo, 23h) destacaram a formação histórica do país, *A Força do Querer* (Globo), telenovela do horário nobre, realizou uma verdadeira síntese do Brasil contemporâneo – tradição e modernidade, binômio-motriz de nosso processo sócio-histórico, permearam forma e conteúdo da atração: folhetim de narrativa ágil que, dominado por personagens femininas fortes, carregava ao mesmo tempo traços da moralidade melodramática, evidenciando o contraponto entre ricos e pobres, entre os que incorrem em pequenos delitos morais e os que caem nos desvãos da criminalidade. A aposta nestas características surtiu efeito positivo junto ao público: em torno de seu centésimo capítulo, *A Força do Querer* já atingia índices de audiência superiores a 40 pontos¹.

Em meio às tensões entre as chamadas mídia nova e mídia tradicional e às novas formas de recepção emergentes no atual cenário televisivo, a telenovela brasileira ainda se revela capaz de catalisar a audiência ao apostar em características presentes ao longo de sua formação histórica. Propomos, a partir disso, uma leitura do ambiente contemporâneo da televisão à luz de uma história cultural da telenovela, de forma a compreender a centralidade dessas ficções mesmo diante de uma paisagem composta por múltiplas telas, reconfigurada – e ainda mais complexificada – pela efervescência de novas linguagens, novos gêneros e novas plataformas de consumo audiovisual.

A compreensão do papel da telenovela na sociedade brasileira nos remete à incorporação do pensamento complexo, a fim de investigá-la em sua multidimensionalidade, interpretando os níveis cultural, estético e social da experiência comunicacional por ela propiciada (LOPES, 2009) como forças dialéticas que constituem um todo que, em conformidade com Morin (2011), é simultaneamente mais e menos que a soma dessas partes.

Para Martín-Barbero (1992; 2015), a telenovela na América Latina se formaliza a partir de uma relação dialógica – princípio característico da complexidade –, na qual

¹ Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/2017/07/1905501-a-forca-do-querer-recupera-o-ibope-e-mostra-que-o-genero-ainda-vive.shtml>. Acesso em 15 de janeiro de 2018.

antigas narrativas e formas de narrar se mesclam às transformações tecnoperceptivas das massas urbanas. No caso brasileiro, esta relação é perceptível na consubstanciação da carpintaria dramática oriunda das radionovelas com a questão nacional-popular, instaurada no debate cultural dos anos 1950 e 1960. A “associação de termos ao mesmo tempo complementares e antagônicos” (MORIN, 2011, p. 74) na telenovela é mais um caso a ratificar a operação de uma “modernidade não-contemporânea” (MARTÍN-BARBERO, 2015) no Brasil, na qual coexistem o tradicional e o moderno, o culto, o popular e o massivo. Passado e presente irremediavelmente se mesclam e se confundem em nossa contemporaneidade – e em nossa ficção televisiva.

Conforme Hamburger (2011), a telenovela capta, expressa e mesmo modifica interpretações do Brasil por meio de uma conjuntura formada por conexões em rede – do desenvolvimento narrativo das tramas à relação destas com o público – que dialogam com as transformações no cotidiano, as sensibilidades estéticas e as estruturas sociais. Desta forma, a compreensão de como a telenovela brasileira forjou o conceito de nação como entidade histórico-cultural e de que modo o significado de “brasilidade” se constituiu e se transformou no processo histórico destas ficções televisivas aciona a ideia recursiva e o princípio hologramático – “o todo está na parte, que está no todo” (MORIN, 2011, p. 76) –, além de ir ao encontro de um domínio que, de acordo com Burke (2008), tem atraído particular interesse dentre os historiadores da cultura: o da identidade nacional.

O conceito de “narrativa da nação” e sua abrangência sob o paradigma da complexidade, portanto, alicerçam o estabelecimento de um diálogo entre a telenovela, sua estética e sua linguagem, e a história do Brasil. A riqueza simbólica da telenovela nos permite incluí-la como fonte e reflexão para a escrita da história cultural.

Ao discorrer acerca das relações da telenovela com a produção cultural e com o campo acadêmico, Borelli (2001) defende o desenvolvimento de pesquisas que, para além da análise dos meios, das indústrias culturais e das mídias, investiguem as demais complexidades existentes nestas relações, ou seja, enxerguem não apenas a TV como meio de comunicação, e sim todo o **processo** – que envolve tanto o polo de produção das materialidades econômicas quanto os demais elementos (linguagens, formas narrativas, dimensões da videotécnica, territórios de ficcionalidade, apropriações, usos), entendidos como componentes de uma cadeia de mediações que relacionam indústrias culturais, produtores, produtos e receptores.

Procurando atravessar essas perspectivas de forma transversal, formulamos as principais hipóteses de trabalho da pesquisa. No que se refere à telenovela brasileira,

pressupomos que o melodrama se configura como articulador do imaginário da nação. Além disso, como obra aberta² – ou protointerativa (HAMBURGER, 2011) –, escrita concomitantemente à sua ida ao ar e sujeita a alterações devido à sua recepção, a telenovela é fortemente permeável à ação de seu contexto, mostrando-se capaz de nele refratar mesmo na era da convergência midiática.

Em consonância com o pensamento de Braudel (2009) acerca das entidades temporais, acreditamos que, ao abordarmos passado e presente, também evocamos o futuro³. Por isso trazemos a ideia de porvir, e a escolha específica deste termo se dá por três razões. A primeira é **etimológica e semântica**. Formada pela junção da preposição *por* e do verbo *vir*, a palavra possui muito mais a ideia de processo do que *futuro*, derivada de *futurum*, forma neutra do particípio do verbo latino *sum, esse (ser, estar)* – o particípio, afinal, sugere a conclusão da ação verbal.

A segunda é **conotativa**: *porvir* não é uma palavra tão utilizada, soando como um termo arcaico. Em uma pesquisa que visa investigar territórios – geoculturais e de ficcionalidade – nos quais “o passado é apenas uma das formas do presente, que o assimila e o alonga”⁴, compreender o futuro também como aglutinador desse passado/presente é essencial. Para nós, o termo *porvir* traz isso em si.

Ambas as razões convergem para uma terceira, de cunho **epistemológico**: ao optarmos pelo termo *porvir* a partir destas diretrizes, ajustamos, já no título, a forma pela qual a pesquisa se expressará – isto é, a escrita científica – ao seu conteúdo e às suas perspectivas teórico-epistemológicas.

Segundo Huyssen (1997), vivemos a transformação da estrutura da temporalidade: a perspectiva moderna de que o movimento do passado em direção ao futuro está relacionado a noções de progresso e perfectibilidade é cada vez mais discutida. Nesse sentido, o diálogo da telenovela brasileira na atualidade com a sua própria história se configura como uma negociação que estas teleficções derivadas do melodrama – ele mesmo o “lugar ideal das representações negociadas (em todos os sentidos do termo)” (XAVIER, 2003, p. 98) – estabelecem com a própria condição pós-moderna. Isso pode explicar porque estas ficções televisivas ainda mantêm seu protagonismo no contexto audiovisual de nosso país.

2 Pretendemos adensar esse “lugar-comum” aproximando-o do conceito de obra aberta para Eco (2015).

3 Fatalmente toparemos nos debates sobre o “fim da televisão”, tão em voga nos estudos contemporâneos de mídia.

4 Frase do cineasta francês Jean-Claude Carrière com relação à Índia. Como potência emergente, o Brasil compartilha desta mesma situação – vale lembrar que os dois países, ao lado de Rússia, China e África do Sul, compõem o agrupamento econômico BRICS.

Corpus empírico

Para o universo empírico da investigação, selecionamos 30 títulos representativos da trajetória da telenovela no Brasil a partir dos seguintes critérios, por ordem de importância: relevância na historiografia da ficção televisiva brasileira; exibição em horário nobre – tomado como das 19h às 23h, faixa na qual as emissoras, conforme hábitos vigentes à época, exibiram suas telenovelas de maior investimento; e disponibilidade de material audiovisual para análise.

Como marco inicial, temos (1) *2-5499 Ocupado* (Excelsior, 1963), primeira trama diária. Da chamada **fase fantasia** (HAMBURGER, 2005) ou **sentimental** (LOPES, 2009) da telenovela brasileira, marcada por enredos fortemente melodramáticos, ainda destacamos (2) *O Direito de Nascer* (Tupi, 1964), pioneira ao demonstrar o poder da telenovela como catalisadora de massas; (3) *O Sheik de Agadir* (1966), expoente da gestão de Glória Magadan na Globo; (4) *Antônio Maria* (Tupi, 1968), prenúncio das modificações que revigorariam a teleficção já naquele ano; e (5) *A Muralha* (1968), exemplo das produções épicas da Excelsior – geralmente derivadas de obras literárias.

A telenovela (6) *Beto Rockefeller* (Tupi, 1968) marca o início do **período nacional-popular** (HAMBURGER, 2005) ou **realista** (LOPES, 2009), cujas temáticas das tramas corroboram a modernização e a atualidade do país. A Globo também moderniza suas ficções: títulos como (7) *Irmãos Coragem* (1970), (8) *Selva de Pedra* (1972), (9) *O Bem-Amado* (1973), (10) *Gabriela* (1975) e (11) *Dancin' Days* (1978) consolidam seu “padrão de qualidade”. De um momento pontual de produção da TV Record, retiramos (12) *Os Deuses Estão Mortos* (1971). E a Tupi, outrora responsável pela inovação, alcança sucesso em sua última década com tramas mais tradicionais, como (13) *Mulheres de Areia* (1973).

No início dos anos 1980, verificamos um pequeno surto de produções na TV Bandeirantes, cujo expoente é (14) *Os Imigrantes* (1981). A Globo adentra a era dos campeões de audiência – (15) *Guerra dos Sexos* (1983), (16) *Roque Santeiro* (1985), (17) *Vale Tudo* (1988) e (18) *Tieta* (1989); confronta-se, no entanto, com o nascimento e apogeu da Rede Manchete, responsável por títulos como (19) *Dona Beija* (1986) e o fenômeno (20) *Pantanal* (1990), que inaugura a **fase de invenção** (HAMBURGER, 2005) ou **naturalista** (LOPES, 2009) da telenovela brasileira, marcada pela encenação de fatos e temáticas sociais e políticas que remetem explicitamente à vida da nação.

Enquanto o SBT reativa seu núcleo de teleficções com o remake de (21) *Éramos Seis* (1994), títulos como (22) *O Rei do Gado* (Globo, 1996), (23) *Por Amor* (Globo, 1997) e (24) *O Clone* (Globo, 2001) abordam temas em pauta na agenda social do país – dentre

eles corrupção, racismo e drogadição –, incorporando temas do âmbito público ao universo privado de suas narrativas. Na década de 2000, com a diversificação do cenário audiovisual, o estilo que se notabilizou nos anos 1970 e 1980 parece se enfraquecer, e temos a última telenovela a alcançar 50 pontos de média na audiência – falamos de (25) *Senhora do Destino* (Globo, 2004). Paralelamente, a Record TV volta à produção de ficções televisivas e alcança sucesso ao tematizar a violência dos grandes centros urbanos em tramas como (26) *Vidas Opostas* (2006).

Já nos anos 2010, ao levar o protagonismo da chamada “nova classe C” para o horário nobre, (27) *Avenida Brasil* (Globo, 2012) catalisa espectadores diante do televisor e de outras telas conectadas às redes sociais, revelando novas formas de engajamento da audiência. (28) *Amor à Vida* (Globo, 2013) também repercute positivamente ao exibir o primeiro beijo entre dois homens; dois anos depois, contudo, uma reação conservadora – aliada ao apelo universal da história e à qualidade da produção – consagra a telenovela bíblica (29) *Os Dez Mandamentos* (Record TV, 2015) como grande sucesso, eclipsando tramas do tradicional horário das 21h da Globo – recuperado, enfim, com (30) *A Força do Querer* (2017).

Materiais e métodos

Lançando-se a uma reflexão acerca da telenovela brasileira a partir do tripé história, cultura e sociedade, a pesquisa se insere na área da Comunicação de maneira transdisciplinar, indo ao encontro da perspectiva que Lopes (2014) traça para o campo no Brasil. Desta forma, faz-se necessária uma abordagem descrita por Sodré (2014, p. 168) como sendo multifária, “em que sejam convergentes as diversas ‘línguas’ teóricas”, a fim de melhor cercar o objeto comunicacional a ser investigado.

Ao traçar o diagnóstico da telenovela na Colômbia, Martín-Barbero (1992) desenvolveu um método de análise sicionarrativa que, sob inspiração gramsciana, visava explorar as transformações desse formato da ficção televisiva naquele país a partir de pressupostos teóricos advindos da sociologia da cultura e da psicanálise, entrevendo temáticas comuns a diferentes telenovelas. Esse método foi primordial para o delineamento de nosso desenho multimetodológico, formado por cinco tópicos que necessitam, cada qual, de procedimentos específicos:

- a. análise de capítulos ou trechos gravados das 30 telenovelas selecionadas;
- b. análise de roteiros dessas telenovelas;

- c. realização de entrevistas semi-diretivas com profissionais que estiveram envolvidos na produção dessas ficções televisivas;
- d. coleta e análise de *clippings* da época de exibição desses títulos;
- e. cotejamento de bibliografia e material teórico já escrito acerca dessas ficções.

Pensamos em tal estratégia atendendo tanto a uma diretriz **epistemológica**, ajustando o plano metodológico às operações de caráter teórico, quanto a uma diretriz **prática**: apesar de vivermos um “*boom* de memória” (HUYSSSEN, 1997) e muito devermos às novas tecnologias de armazenamento e conservação de documentos e mídias, há ficções que constam em nosso *corpus* das quais já não restam mais vídeos. Como frisa Freire Filho (2007), dada a inexistência de fontes primárias, cabe ao pesquisador reformular a noção de análise textual e recorrer aos scripts e a todo o **entorno discursivo** (KLINGER, 1997 apud FREIRE FILHO, 2007) da produção em análise.

Para acesso a materiais referentes ao tópico **(a)**, além da investigação em centros e instituições de pesquisa ligados ao audiovisual, contamos com acervos particulares de fãs, vídeos do YouTube, boxes de DVDs e plataformas de *streaming* das próprias emissoras. Tomando os vídeos de telenovela como documento histórico, pretendemos investigar a **sintaxe do produto televisual/telenovela** para melhor compreensão da sinopse dos títulos selecionados e das “operações e manobras técnicas disponibilizadas pela indústria e utilizadas pelos produtores na construção das representações” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 79).

Quanto ao tópico **(b)**, as fontes disponíveis são os arquivos do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN/ECA-USP), em São Paulo, e da Divisão de Censura de Diversões Públicas (DCDP), em Brasília, além de acervos pessoais de autores de telenovela que, já contatados, se mostraram dispostos a colaborar com a pesquisa. Para operacionalização da análise deste item, recorreremos a apontamentos e métodos elencados por Anzuategui (2013) em pesquisa acerca da telenovela *O Grito* (Globo, 1975), na qual ela aborda aspectos técnicos dos roteiros de telenovela a partir do cotejamento de scripts do título que constitui o objeto central de sua investigação e de outras tramas.

As considerações de Poupart (2008) acerca de entrevistas de tipo qualitativo legitimam o tópico **(c)**. Além de suprir a ausência de outras fontes de dados, as entrevistas abrem a possibilidade de compreender e conhecer internamente os dilemas e questões concernentes à produção daqueles títulos. Nesse sentido, aproximamo-nos do estudo de Ridenti (2014) no tocante à produção cultural brasileira de esquerda entre as décadas de 1950 e 1980, relacionada à questão da identidade nacional e da

política do povo. Entre diversas fontes, o autor faz uso frequente de citações de alguns depoimentos para, “com as palavras dos agentes, dialogar e refletir criticamente sobre suas experiências” (RIDENTI, 2014, p. 4).

O tópico **(d)** não só preenche possíveis lacunas de documentos ou vídeos como conecta de imediato as ficções a seus contextos de origem, podendo indicar como as obras foram impactadas por seu entorno. Uma via que nos parece promissora para exploração desse item são os **estudos históricos de recepção** (STAIGER, 1992), vertente que se utiliza de diversos tipos de documento – críticas, textos jornalísticos, revistas especializadas, boletins, cartas ao editor e até colunas de fofocas – para investigar evidências de marcas receptivas. A coleta da documentação deverá ser feita por meio do acesso a acervos digitais de jornais como *O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*.

O tópico **(e)**, por fim, ressalta a importância de sabermos o que já foi escrito a respeito dos componentes do universo de investigação – necessitamos dialogar com intérpretes que já se confrontaram com as obras estudadas, até mesmo para rever, criticar, visualizar novas dimensões irradiadas por aqueles universos.

Forma de análise dos resultados

Na interpretação dos dados recolhidos na fase de observação, objetivamos desenvolver um referencial de codificação que nos permita visualizar a retroalimentação entre “melodrama” e “nação” em cada uma das obras analisadas, além das estruturas em rede que se formam a partir de cada uma delas. Para isso, os **mapas metodológicos das mediações** de Martín-Barbero (2015) despontam como interessantes diagramas de organização do material coletado.

Conforme Thompson (1981) e Chartier (1990), ao lidar com práticas cujas manifestações são, por natureza, polissêmicas – quanto à linguagem – e complexas – em suas relações com os sujeitos e as tramas culturais, sociais, políticas e econômicas –, o historiador da cultura necessita interseccionar seu objeto entre as heurísticas diacrônica e sincrônica. A primeira diz respeito ao **processo** do objeto investigado, ou seja, à sua observação ao longo do tempo, enquanto a segunda sublinha a existência desse objeto em um tempo dado, enfatizando a noção de **contexto**.

Para exame da heurística sincrônica, utilizaremos o segundo mapa metodológico das mediações visando à articulação entre produtores, mídia, mensagens, receptores e cultura – acreditamos que ele possa iluminar o contexto de cada um dos 30 títulos componentes do universo de investigação.

Na conferência de 2017 da *International Association for Media and Communication Research* (IAMCR), Omar Rincón divulgou aquele que seria o quarto mapa metodológico das mediações formulado por Martín-Barbero: trata-se de uma atualização do terceiro mapa que procura compreender as mutações culturais de acordo com o *sensorium* da atualidade. Este novo mapa fornece uma boa chave para a heurística diacrônica da investigação, pois decupa noções estruturantes de nossa hipótese – como temporalidade e espacialidade (eixo vertical), sensorialidade e tecnicidade (eixo horizontal), identidades (entre temporalidade e sensorialidade) e narrativas (entre temporalidade e tecnicidade).

O fato de ambos os mapas apresentarem tanto um eixo sincrônico como outro diacrônico só comprova que tais heurísticas são indissociáveis. Como diz Salles (2006), o modo de apreensão de um pensamento em rede só pode se dar em rede: as estruturas em rede que despontam das telenovelas se refletem não só no plano teórico-epistemológico da investigação, mas também na esfera técnico-empírica e na análise interpretativa dos dados coletados.

Considerações finais

Freire Filho (2007) esclarece que a elaboração de uma história cultural da TV envolve não somente a descoberta de materiais concernentes ao *corpus* selecionado, mas também uma reflexão sobre como se engajar com aquele passado de modo analítico e imaginativo, percebendo as conjunturas e os processos que assentavam as condições de possibilidades não só para o funcionamento das instituições, mas para a construção dos discursos, dos imaginários, das representações e das práticas que circundavam, interpretavam e interpelavam a indústria televisiva e seus produtos.

Ao concebermos uma estratégia multimetodológica para estudo da história cultural da telenovela, visando à aplicação de métodos transdisciplinares aos títulos selecionadas e às relações entre os componentes de suas narrativas e seus paratextos, tencionamos investigar não somente as obras, mas as realidades e as noções de “brasilidade” que elas representam. Acreditamos, por fim, que os achados dessa investigação deverão subsidiar a compreensão de como a telenovela brasileira mantém sua centralidade no ambiente televisivo contemporâneo, consubstanciando-se aos debates sobre o futuro da televisão diante das possibilidades tecnológicas emergentes e, desta forma, projetando um cenário audiovisual alinhado ao que entendemos como paradigma do porvir e a discussões referentes à pós-modernidade.

Referências

ANZUATEGUI, Sabina Reggiani. **O Grito de Jorge Andrade**: a experiência de um autor na telenovela brasileira dos anos 1970. São Paulo: Ateliê Editorial, 2013.

BORELLI, Silvia Helena Simões. *Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas*. **São Paulo em Perspectiva**, v. 15, n. 3, p. 29-36, jul./set. 2001.

BRAUDEL, Fernand. **Escritos sobre a história**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CHARTIER, Roger. **A história cultural**: entre prática e representações. Lisboa: DIFEL, 1990.

ECO, Umberto. **Obra aberta**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

FREIRE FILHO, João. *Escrevendo a história cultural da TV no Brasil: questões teóricas e metodológicas*. In: GOULART RIBEIRO, Ana Paula; FERREIRA, Lucia Maria Alves. **Mídia e memória**: a produção de sentidos nos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____. Telenovelas e interpretações do Brasil. **Lua Nova**, n. 82, 2011.

HUYSEN, Andreas. **Memórias do modernismo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 2014.

_____. *Telenovela como recurso comunicativo*. **MATRIZES**, ano 3, n. 1, agosto/dezembro 2009.

_____.; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

_____. *El proyecto*: producción, composición y usos del melodrama televisivo. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia (orgs.). **Televisión y melodrama**: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

POUPART, Jean. *A entrevista de tipo qualitativo*: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: POUPART, Jean; DESLAURIERS, Jean-Pierre; GROULX, Lionel-H.; LAPERRIÈRE, Anne; MAYER, Robert; PIRES, Álvaro. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008.

RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro**: artistas da revolução, do CPC à era da TV. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

SALLES, Cecília Almeida. **Redes de criação**: construção da obra de arte. Vinhedo: Horizonte, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

STAIGER, Janet. **Interpreting films**: studies in the historical reception of American cinema. Princeton: Princeton University Press, 1992.

THOMPSON, Edward Palmer. **A miséria da teoria ou um planetário de erros**: uma crítica ao pensamento de Althusser. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

XAVIER, Ismail. *Melodrama ou a sedução da moral negociada*. In: XAVIER, Ismail. **O olhar e a cena**: melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003, p. 85-99.

Gerações femininas em (re)construção: o discurso da série televisiva *3 Teresas*

*Sílvia Góis Dantas**

Resumo: A pesquisa analisa a construção de sentidos sobre as gerações femininas da série televisiva *3 Teresas* (GNT/BossaNovaFilms, 2013-2014), cuja singularidade está na estruturação narrativa a partir da convivência de três mulheres de diferentes gerações. Trata-se de um estudo de caso com abordagem qualitativa que tem como foco a construção discursiva, com base no ferramental teórico-metodológico da AD francesa e nos estudos de linguagem desenvolvidos por Mikhail Bakhtin.

Palavras-chave: Ficção televisiva. Questões de gênero. Gerações.

Introdução

As transformações ocorridas nas últimas décadas no tocante ao empoderamento da mulher encontram nas narrativas teleficcionais contemporâneas um rico espaço de amplificação e debate, transmitindo valores, estabelecendo diálogos e contribuindo para a construção de subjetividades. Pela teleficção, podemos acompanhar a evolução das personagens femininas e a emergência de temas a partir de novas configurações socioculturais. Exemplo recente é a tematização do envelhecimento da mulher em séries e telenovelas, como sintoma do aumento da longevidade e da sua visibilidade.

Nesse contexto, a nossa pesquisa de doutorado em fase de conclusão tem como objeto empírico a série nacional *3 Teresas*, coprodução da BossaNovaFilms com o GNT, canal por assinatura onde foram exibidas duas temporadas em 2013 e 2014. O interesse surgiu a partir da percepção de uma maior liberdade criativa quanto ao tratamento temático e uma ampliação de horizontes no que diz respeito ao comportamento feminino de diferentes gerações quando comparado ao que geralmente ocorria há algumas décadas, em programas ficcionais de televisão.

* Doutoranda em Ciências da Comunicação pelo PPGCOM-ECA/USP, mestra em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP), membro do GELiDis (Grupo de Estudos Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação), sediado na ECA USP/CNPq. E-mail: silviagdantas@gmail.com.

A série 3 Teresas

Concebida e dirigida por Luiz Villaça, a produção tem como ponto de partida a separação de Teresa (Denise Fraga) e sua mudança com sua filha Tetê (Manoela Aliperti) para a casa da mãe Teresinha (Claudia Mello). Essa é a situação geradora do intenso convívio das três gerações de mulheres de mesmo nome, distintas pelos apelidos e pelas formas de lidar com temas em comum, como amor e intimidade, desenvolvimento profissional, envelhecimento e a busca da felicidade.

Figura 1 – Teresinha, Teresa e Tetê: as 3 Teresas



Fonte: GNT (2013)

A singularidade da produção localiza-se na estruturação narrativa a partir da convivência das diferentes gerações femininas (avó, mãe e filha), posicionadas num jogo de diferenças, ou seja, numa esfera de referências classificatórias, que analisamos considerando as interseccionalidades (COLLINS, 2000; CRENSHAW, 1991; PISCITELLI, 2008) entre gênero e gerações.

Bem avaliada pela crítica, a série teve duas temporadas exibidas¹, cada uma com 13 episódios semanais com cerca de 20 minutos de duração, totalizando 26

¹ A 1ª temporada foi exibida às quartas-feiras (08/05/2013-31/07/2013), e a 2ª foi ao ar nas segundas-feiras (22/09/2014-15/12/2014), sempre às 22h30, com reprises durante a semana ao longo da programação. A série continua disponível na plataforma digital GNTplay: <http://globosatplay.globo.com>.

episódios. Houve ampla divulgação em torno da realização de uma terceira temporada que não se concretizou.

É de se destacar que, embora seja uma série sobre mulheres, é o ponto de vista masculino que enfoca o cotidiano de gerações femininas. Em entrevista a esta pesquisadora, o diretor Villaça informou que trabalhou com dois redatores (Rafael Gomes e Leonardo Moreira), responsáveis pelo texto, razão pela qual considera gratificante sentir a repercussão positiva e saber que a mulher se sentiu representada por três homens que escrevem para ela. Para ele, “são três almas, são três homens com alma feminina bastante forte, com um entendimento” (VILLAÇA, 2017).

Tendo como foco a construção discursiva, interessa-nos, nessa pesquisa, investigar como, a partir de distintas fases da vida, as personagens são delineadas e tratam com temas semelhantes. Dentre eles, destacamos a busca da felicidade, os relacionamentos afetivos e amorosos, a relação familiar e a vida profissional, questões essas atravessadas pelo contexto de aumento da longevidade, feminização da velhice e maior convivência entre gerações em meio a valores e subjetividades em construção. A série mostra como tais questões são vivenciadas na sua cotidianidade familiar, entendida como “âmbito de conflitos e fortes tensões” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 295).

Em outras palavras, a pesquisa tem como objetivo geral investigar a produção de sentidos sobre gênero e gerações a partir do discurso da série *3 Teresas*, verificando mudanças e permanências em diálogo com o contexto da sociedade brasileira na segunda década do século XXI, a partir do ferramental teórico e metodológico dos estudos de linguagem desenvolvidos por Mikhail Bakhtin e da Análise de Discurso de linha francesa (AD).

Para tanto, elencamos como objetivos específicos:

- a. Apreender a construção discursiva de cada geração, procurando evidenciar se é possível constatar o *ethos* de cada geração, percebendo também o tom da série como um todo;
- b. Estabelecer comparativo entre os eixos geracionais e a abordagem dos temas por nós levantados: papéis sociais femininos e relações entre gerações; juventude e envelhecimento; felicidade; relacionamentos afetivos; sexo e sexualidade; vida profissional; trabalho doméstico; e a casa;
- c. Identificar os significados e valores que a série põe em debate.

Justificativa

A singularidade dessa pesquisa reside na análise de uma série cuja tônica se distingue pela construção de uma estrutura narrativa a partir da convivência intergeracional de mulheres de uma mesma família. Nesse sentido, no atual estado de arte, a questão da inter-relação entre os eixos do feminino e das gerações, pela ótica da produção de sentidos dos discursos de uma série de televisão mostra-se como um caminho para desvelar significados e importantes discussões, principalmente quando se tem em foco a atualidade e a premência do debate acerca da questão de gênero e envelhecimento, cuja complexidade deve ser analisada também pelo âmbito comunicacional.

Nosso recorte propõe um olhar complementar aos estudos sobre construção de gênero na teleficção ao conectar os eixos de gênero e gerações ao estudo de uma série televisiva – formato que vem alcançando ainda mais destaque nos últimos anos, a partir de novas formas de acesso e fruição dos conteúdos.

Procedimentos metodológicos

Com o olhar voltado à construção discursiva do feminino, a investigação qualitativa se pautou por meio do estudo de caso a fim de buscar profundidade no estudo da série *3 Teresas*. Como destaca Álvaro Pires, “a pesquisa por caso único se baseia num *corpus* empírico que é representado no singular e que implica a ideia de fazer um estudo em profundidade desse único caso” (PIRES, 2008, p. 180).

A possibilidade de adensar a análise através do discurso da série, enfocando o discurso e estabelecendo comparativo pelos eixos geracionais por meio das personagens, motivou, assim, nossa escolha única por esse *corpus* rico e indicativo de várias mudanças sociais. De fato, essa abordagem possibilita, como complementa o autor, perceber aspectos associados às transformações sociais e culturais, apreendendo a cultura e a dinâmica social.

Para tanto, a presente investigação contemplou os seguintes procedimentos metodológicos: (I) ampla pesquisa bibliográfica; (II) pesquisa documental por meio da coleta e assistência da série, bem como intensa busca de informações sobre a série na internet, principalmente em jornais, revistas e suas respectivas colunas sobre televisão, além de blogs especializados em teleficção. Realizamos, ainda, (III) entrevistas semiestruturadas com Luiz Villaça, criador e diretor da série, além das atrizes Denise Fraga, Manoela Aliperti e Claudia Mello, entre março e junho de 2017. O

teor das entrevistas, embora não se constitua como *corpus* dessa pesquisa, contribuiu para maior entendimento do repertório, valores e opiniões que norteiam a produção e a equipe, interferindo na construção de sentidos da produção.

Tratamento dos dados e transcrição

A pesquisa documental envolveu a coleta e assistência de todos os episódios da série *3 Teresas* disponíveis na plataforma GNTplay: os 26 episódios definidos como *corpus*. Isso correspondeu a 287 minutos na primeira temporada e 335 na segunda, ou seja, um total de 622 minutos, o que significa mais de 10 horas de material audiovisual. A partir daí, organizamos uma tabela a partir das sinopses e informações disponíveis na plataforma GNTplay, contendo número da temporada e do episódio, além de título, duração do episódio (em minutos), data da primeira exibição e sinopse.

Cotejando a tabela com o que era encontrado na assistência aos episódios, passamos a identificar os principais assuntos trabalhados na diegese, chegando aos seguintes núcleos temáticos: papéis sociais femininos e relações entre gerações; juventude e envelhecimento; busca da felicidade; relacionamentos; sexo e sexualidade; vida profissional; trabalho doméstico; a casa.

A segunda etapa no tratamento dos dados envolveu a transcrição dos 26 episódios em formato de roteiro cinematográfico. Sabemos que a análise de um audiovisual torna-se complexa pela conjugação de estratégias narrativas e efeitos estéticos. Diante disso, procuramos observar o visual (*frames*, planos, cenários), o textual (*letterings* que informam a passagem do tempo e a concomitância das ações; créditos) e o áudio (som natural/ruídos, músicas e principalmente os diálogos, suas pausas e silêncios).

Enfocando especialmente a análise de produtos audiovisuais, como é o caso da série *3 Teresas*, Diana Rose (2002, p. 348) reforça que “a finalidade da transcrição é gerar um conjunto de dados que se preste a uma análise cuidadosa e a uma codificação. Ela translada e simplifica a imagem complexa da tela”. A autora também destaca a necessidade da decisão sobre a unidade de análise. No nosso caso, identificamos a cena como a unidade de análise, visto que ela contextualiza e remete a situações anteriores, e gera dinamismo à narrativa, pois é onde a ação realmente acontece.

Por opção metodológica, escolhemos proceder à transcrição integral de todos os 26 episódios, a fim de adquirirmos adensamento dos temas e uma visão de conjunto da série, atividade que resultou em quase 300 laudas. A decisão de não nos restringirmos a cenas específicas para a transcrição, mas sim à completude da obra, revelou-se

gratificante, apesar do tempo despendido, por acarretar entendimento e familiaridade com a estrutura e com os eixos temáticos, pois a reassistência atenta e participante (com a atividade de escrita dos diálogos e descrição das imagens), facilitou o aprofundamento na diegese e a compreensão do arco narrativo das personagens.

Com lastro nessa pesquisa bibliográfica e documental, definida a cena como unidade de análise, passamos a analisar a transcrição, selecionando as cenas a partir de dois critérios: (I) presença das temáticas identificadas anteriormente, em associação com (II) atuação de cada uma das três personagens (avó, mãe e filha), ainda que não estejam juntas em cena. Dito de outro modo, localizamos e selecionamos as cenas a partir da categorização temática, filtrando somente aquelas em que cada uma (ou mais de uma) das personagens de cada geração se refere aos temas que nos interessam ou vive situações relativas a eles, ainda que em episódios diferentes.

Com isso, assumimos desde já a natureza proposital da nossa escolha, a partir de uma varredura das cenas, selecionando aquelas relacionadas aos eixos temáticos identificados. Considerando nosso interesse em estabelecer comparativo entre os eixos geracionais e a abordagem desses temas, elegemos as cenas que apresentam maior força dramática, aqui entendida como destaque e relevância na narrativa, tanto para o encadeamento de ações como para a construção de sentidos sobre os temas.

Reforçamos que a escolha das cenas nos episódios ocorreu com base na apresentação temática pelo eixo geracional. Esse recorte possibilitou a construção vertical de modelos de análise, levando em conta os temas do cotidiano que ora ratificamos: a) Papéis sociais femininos; b) Relações entre gerações; c) Juventude e envelhecimento; d) Busca da felicidade; e) Relacionamentos; f) Sexo e sexualidade; g) Vida profissional; h) Trabalho doméstico; i) A casa.

Fundamentação teórica

Caracterizada pela vertente multidisciplinar, a investigação partiu dos Estudos Culturais e dos Estudos Latino-Americanos de Comunicação, tomando como premissas as noções de televisão como prática cultural (WILLIAMS, 2016) e catalisadora entre política, comunicação e cultura (MARTÍN-BARBERO, 2009). Buscamos investigar gêneros e formatos televisivos (MACHADO, 2014; MARTÍN-BARBERO, 2009) e, dentre estes, as séries (ESQUENAZI, 2011; JOST, 2012; SILVA, 2014).

A pesquisa dialogou com os estudos de gênero e gerações, o que nos demandou suportes teóricos da antropologia e sociologia, bem como referencial teórico-metodológico

dos estudos de linguagem empreendidos por Bakhtin e da Análise de Discurso de Linha Francesa (AD). Para tanto, interessou-nos, sobretudo, os conceitos bakhtinianos de dialogismo, horizonte social, gênero do discurso, cronotopo e exotopia (BAKHTIN; VOLOCHÍNOV, 2009; BAKHTIN, 2010a, 2010b), bem como as concepções de cenografia e *ethos* discursivo (MAINGUENEAU, 1997, 2008, 2015).

As questões de gênero mostraram-se fundamentais à investigação. Procuramos apresentar uma breve retomada da trajetória histórica desses estudos (PISCITELLI, 2009), considerando as interseccionalidades (COLLINS, 2000; CRENSHAW, 1991; PISCITELLI, 2008), em especial a intersecção gênero/geração (DEBERT, 1994).

Também procedemos a uma aproximação da abordagem mannheimiana de geração (MANNHEIM, 1982) e das suas dinâmicas em conflito (MEAD, 1970) para ampliar o entendimento sobre as fases da vida, focando especialmente a juventude (ARIÈS, 1986; KEHL, 2004; MORIN, 2009b) e o envelhecimento ativo (DEBERT, 2012; LINS DE BARROS, 2006).

Abordamos também a reflexividade (GIDDENS, 2002), para verificar como essa característica da modernidade associa-se ao culto da *performance* (EHRENBERG, 2010), conclamando os sujeitos a buscarem a felicidade (FREIRE FILHO, 2010; MORIN, 2009a) em meio a um contexto de transformação do amor e de emergência da sexualidade (GIDDENS, 1993). Enfocamos ainda o mundo do trabalho (FÍGARO, 2008) e os sentidos atribuídos à casa (BACHELARD, 1974; BOSI, 1979), lócus central da narrativa das três *Teresas*.

Resultados

A análise dialógica do discurso verbo-visual empreendida por eixos temáticos, privilegiando a enunciação, foi um grande desafio. A partir de um *corpus* volumoso, considerado necessário para os objetivos propostos, lançamo-nos a essa empreitada, conscientes da fecundidade e profusão de sentidos que daí afloravam. De fato, a análise possibilitou identificar tensionamentos e valores em transição. Percebemos que a relação espaço/tempo estabelecida pela série revela a predominância do cronotopo (BAKHTIN, 2010b) do cotidiano contemporâneo, com questões prementes da sociedade atual.

A trama dialoga fortemente com a dinâmica social permeada de embates discursivos que se revelam na série: a mudança nas relações familiares, os valores morais ligados à sexualidade, o processo do envelhecimento em tempos de enaltecimento social da juventude e a maior autonomia feminina, apesar dos enquadramentos tangidos pela lógica neoliberal: seja feliz, seja jovem, seja bem-

sucedido – na família, no trabalho, no relacionamento, no sexo – que constroem o cotidiano feminino e, em especial, a personagem Teresa.

De fato, as questões de gênero e gerações são atravessadas pela premência da “felicidade compulsiva e compulsória” (FREIRE FILHO, 2010, p. 17), que é buscada como responsabilidade individual em um “processo de auto-interrogação [constante] sobre como o indivíduo maneja o tempo de sua vida – isso seria a reflexividade” (GIDDENS, 2002, p. 72).

A personagem Teresa pode ser considerada a encarnação desse movimento. Guiada pela reflexividade, persegue uma felicidade que ela não sabe onde está, buscando se reinventar a todo modo segundo o culto da *performance* (EHRENBERG, 2010). Já sua mãe Teresinha procede de acordo com a privatização e a juvenilização da velhice, embora desdenhe das orientações do discurso de autoajuda e se caracterize por maior liberdade no que concerne às expectativas sociais, por exemplo, do que se espera de uma mãe. É sobretudo por meio dessa personagem que a cenografia de drama e humor se confirma e se instaura na série. Seu discurso e suas ações destoam do que é esperado para uma avó de 60 anos, gerando questionamentos sobre as fronteiras das idades e papéis sociais na contemporaneidade.

Na mesma direção, a neta Tetê, racional e responsável, muitas vezes se mostra mais madura do que sua mãe e sua avó, estabelecendo-se uma curiosa troca de papéis familiares a partir do desaparecimento de comportamentos vinculados à idade e à posição na hierarquia familiar. Dessa forma, os resultados indicaram a fluidez das configurações geracionais em um cenário marcado pelo borramento de fronteiras tanto de papéis familiares (filha, mãe e avó) como de comportamentos esperados por cada faixa etária, maximizado também pelo estímulo à velhice ativa e pelo enaltecimento da juventude como valor dissociado da idade, conforme Debert (2012).

Temos, diante disso, um notável processo de reconstrução das gerações caracterizado pelo entrecruzamento de posições e relações de poder, autoridade e submissão, em meio a conflitos e afetos mostrados pela construção cronotópica do cotidiano familiar. Essa reconfiguração se dá de forma relacional, ou seja, as posições de cada uma se constroem e reconstroem em relação às outras e se movem, e nisso localiza-se um dos pontos de maior sensibilidade da produção.

Foi possível também constatar o *ethos* de cada geração², bem como o tom da série. Verificamos que a cenografia visada de drama associada ao humor realmente

2 Em razão da limitação de espaço, não foi possível desenvolver esses resultados aqui neste texto.

se confirma no desenvolvimento da narrativa, na qual se constrói o *ethos* discursivo da dramédia. Com a instauração desse tom a partir de três mulheres fortes, a série questiona os modelos de família e os papéis familiares em evidente dialogia com o contexto social em que se insere, marcado por novos tipos de arranjos familiares.

No entanto, por mais que esteja associado à dinâmica social, é preciso considerar que é sempre um construto permeado por atravessamentos: uma visão ocidental, do cotidiano de mulheres brancas, de classe média, vivendo em São Paulo. É necessário lembrar que não há homogeneidades: devemos falar em famílias, mulheres, jovens, idosos, sempre no plural, e atentos aos cruzamentos das interseccionalidades.

Referências

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

BACHELARD, Gaston. *A poética do espaço*. In: **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 5ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

_____. **Questões de literatura e estética: a teoria do romance**. São Paulo: Hucitec, 2010.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 13ª ed. São Paulo: Hucitec, 2009.

BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1979.

COLLINS, Patricia Hill. **Black Feminist Thought**. New York; London: Routledge, 2000.

CRENSHAW, Kimberlé. *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics and Violence against Women of Color*. **Stanford Law Review**, Palo Alto, Califórnia, n. 43, julho de 1991.

DEBERT, Guita Grin. *Gênero e envelhecimento*. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 2, n. 3, 1994.

_____. **A reinvenção da velhice**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo: FAPESP, 2012.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida: Ideias & Letras, 2010.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. **As séries televisivas**. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.

FÍGARO, Roseli. **Relações de comunicação no mundo do trabalho**. São Paulo: Annablume, 2008.

FREIRE FILHO, João. **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2010.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Edusp, 1993.

_____. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GNT. 3 Teresas. **Sobre a série**. Disponível em http://gnt.globo.com/_3teresas/sobre/. Acesso em 23 de agosto de 2013.

JOST, François. **Do que as séries americanas são sintoma?** Porto Alegre: Sulina, 2012.

KEHL, Maria Rita. *A juventude como sintoma da cultura*. In: NOVAES, Regina; VANUCCHI, Paulo (orgs.). **Juventude e sociedade**: trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

LINS DE BARROS, Myriam M. (org.). **Velhice ou terceira idade?** Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política. 4ª ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

MACÊDO, Márcia S. *Gênero, família e chefia feminina*: algumas questões para pensar. In: BORGES, Ângela; CASTRO, Mary Garcia (orgs.). **Família, gênero e gerações**: desafios para as políticas sociais. 2ª ed. São Paulo: Paulinas, 2010.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 6ª ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2014.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes/ Ed. da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

_____. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola, 2008.

_____. *A propósito do ethos*. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.). **Ethos discursivo**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2015.

MANNHEIM, Karl. *O problema sociológico das gerações* [1952]. In: FORACCHI, Marialice M. (org.) **Karl Mannheim: sociologia**. São Paulo: Ática, 1982.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

MEAD, Margaret. **O conflito de gerações**. Lisboa: Dom Quixote, 1970.

MIGUEL, Luis Felipe. *O feminismo e a política*. In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. **Neurose**. v. 1. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

_____. **Cultura de massas no século XX**. O espírito do tempo: Necrose. v. 2. 3ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

PIRES, Álvaro P. *Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio teórico e metodológico*. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

PISCITELLI, Adriana. *Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras*. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v.11, n.2, julho/dezembro 2008.

_____. *Gênero: a história de um conceito*. In: ALMEIDA, Heloísa Buarque de; SZWAKO, José Eduardo (orgs.). **Diferenças, igualdade**. São Paulo: Berlendis & Vetecchia, 2009.

ROSE, Diana. *Análise de imagens em movimento*. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. *Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade*. **Galáxia**, São Paulo, n. 27, junho de 2014.

VILLAÇA, Luiz. Entrevista à autora. 28 de março de 2017.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo. Belo Horizonte: PUC Minas, 2016.

The background of the entire page is a complex network diagram. It consists of numerous small, light gray circular nodes connected by thin, light gray lines. The nodes are scattered across the page, with some appearing larger or more prominent than others. The overall effect is that of a dense, interconnected web or network, symbolizing connectivity and relationships.

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E CIDADANIA

As gibitecas como polos fomentadores de cultura e de exercício da cidadania

*Daniela dos Santos Domingues Marino**

Resumo: Este projeto visa demonstrar a importância das gibitecas como centros de fomento à cultura. A partir do estudo de caso da Gibiteca Municipal de Santos, busca-se avaliar de que forma suas ações podem contribuir como o acesso à cultura, propiciando a reflexão e aprofundamento do senso crítico de seus frequentadores, bem como o exercício da cidadania por meio da aproximação com a leitura e do contato com artistas de quadrinhos.

Palavras-chave: Gibitecas. Cultura. Quadrinhos.

Introdução

A desativação de gibitecas, sejam elas escolares ou não, é algo recorrente quando há mudança de gestão ou conflito de interesses onde elas são mantidas. Alguns relatos atribuem à falta de espaço físico para alocar os gibis um dos fatores de seu desmantelamento, como mencionado por Patrícia Pina durante a exposição de sua pesquisa no colóquio do *Observatório de Histórias em Quadrinhos*, realizado no dia 12 de fevereiro de 2016, na Escola de Comunicação e Artes da USP. A educadora Thina Curtis, em uma de suas visitas à *Gibiteca de Santos*, explicou aos presentes que em várias escolas onde trabalhou observou o fechamento ou o descaso com as gibitecas. Seu depoimento é corroborado pelo atual responsável pela *Gibiteca de Santos*, Fábio Tatsubô, que implementou uma gibiteca na cidade de São Vicente e esta também não existe mais. Seja qual for o real motivo da não manutenção destes espaços, a forte associação dos quadrinhos a uma prática sem importância pode ser um dos fatores que levam gestores a acreditarem que se trata de um espaço supérfluo.

A possível desativação do espaço de leitura de histórias em quadrinhos também preocupou artistas e frequentadores da *Gibiteca Municipal de Santos*, resultando na

* Mestranda em Comunicação na ECA-USP. Área de concentração: Interfaces Sociais da Comunicação. Linha de pesquisa: Comunicação, Cultura e Cidadania. Integrante do Observatório de Histórias em Quadrinhos da ECA e da Associação de Pesquisadores em Arte Sequencial – ASPAS.

confeção de uma carta aberta aos políticos locais solicitando o compromisso da manutenção do local, em agosto de 2016.

Fundada em 8 de dezembro de 1992 como *Gibiteca Municipal de Santos*, teve seu nome alterado para *Gibiteca Municipal de Santos Marcel Rodrigues Paes* em agosto de 1994, em homenagem a um especialista em histórias em quadrinhos. Falecido em 30 de novembro de 1992 aos 26 anos, Marcel foi repórter e colunista do jornal *A Tribuna* (DIÁRIO OFICIAL, 2014, p. 2).

Hoje, além de manter um acervo de mais de 30.000 exemplares, a *Gibiteca de Santos* é o ponto de encontro de produtores e fãs de quadrinhos para exposições e debates, além de ser um local para realização de outras atividades artísticas ou relacionadas à leitura, como contação de histórias e oficinas de desenho e fanzines.

Assim, a motivação para a realização desta pesquisa, que era divulgar a experiência vivida na *Gibiteca de Santos* e demonstrar que estes espaços, se bem geridos e utilizados, podem representar muito mais que meros depósitos de revistas em quadrinhos. Especificamente no caso da *Gibiteca Marcel Rodrigues Paes*, o local representa um ponto de encontro para uma rede de amigos que se formou a partir da participação e frequência nos eventos ali realizados, possibilitando aos seus visitantes não só aperfeiçoamento técnico de desenho e produção de quadrinhos, como acesso a obras de artistas que não são divulgados na grande mídia.

Hipótese

Tendo em vista a frequência da autora nos eventos realizados pela *Gibiteca de Santos* e as considerações de colegas acadêmicos, educadores e gestores sobre o fechamento de gibitecas em diversos lugares do Brasil, a hipótese levantada é de que os eventos realizados pela *Gibiteca* representariam uma maneira de fomentar a cultura na região da baixada santista, bem como meios pelos quais seus participantes pudessem exercer a cidadania na medida em que frequentassem o local.

Essa perspectiva surgiu a partir das falas de teóricos como Jesús Martín-Barbero (2000), Néstor Canclini (1999), Raymond Williams (1961, 1968, 2008), entre outros, sobre a importância dos eventos sociais e do acesso a bens culturais, e a observação dos eventos realizados na *Gibiteca* entre os anos de 2013 e 2016.

Este recorte se deve ao fato de que a partir da definição do funcionário da *Secretaria de Comunicação de Santos*, Fábio Tatsubô, como coordenador do local, ainda que isso tenha se dado de maneira informal, o número de eventos aumentou consideravelmente

em relação aos anos anteriores, possibilitando então, que a quantidade de dados coletados ao longo desses anos pudesse compor um *corpus* significativo para ser analisado.

Objetivos

Demonstrar que gibitecas são espaços cuja função está além de servir como um depósito de histórias em quadrinhos, podendo ser compreendidas como locais de socialização, significação de conteúdo, fomento à cultura e de exercício da cidadania. Objetivos específicos:

- Justificar a existência das gibitecas por meio de considerações do que os teóricos da área dos Estudos Culturais e de Comunicação apontam sobre as histórias em quadrinhos e sua importância como bens culturais;
- Destacar eventos ocorridos na *Gibiteca Municipal de Santos* que ilustram os discursos do quadro referencial teórico quanto à relevância de eventos sociais e culturais;
- Avaliar de que forma os eventos ocorridos na *Gibiteca* entre os anos de 2013 e 2016 contribuem para a formação de leitores de histórias em quadrinhos e de artistas na região da baixada santista.

Metodologia e fundamentação teórica

Jesús Martín-Barbero (2000) acredita que a mensuração dos efeitos que envolvem os fenômenos comunicacionais não deve se limitar aos estudos apenas dos meios, pois é no cotidiano dos eventos sociais, nos ambientes, que a Comunicação realmente acontece: “Tentar medir a importância dos meios em si mesmos, sem levar em conta toda essa bagagem de mundo, de vida, da gente, é estar falsificando a vida para que caiba no modelo dos estudos dos meios” (Martín-Barbero, 2000, p. 154).

A partir da perspectiva de Martín-Barbero (2000) sobre a importância desses eventos sociais e o papel que a Comunicação desempenha em suas realizações, juntamente com as considerações de teóricos dos Estudos Culturais como Raymond Williams (2008) e Stuart Hall (2004), será possível relacionar a reflexão acadêmica com as observações realizadas durante os eventos que ocorrem na *Gibiteca Municipal de Santos*.

A participação nas disciplinas cursadas no programa de pós-graduação propiciou que mais teorias e abordagens fossem oferecidas pelos professores,

ampliando então as possibilidades sobre o quadro teórico e as metodologias aplicadas. Assim, a compreensão de que os elementos culturais fazem parte de um sistema de significação (HALL, 2003,2004; MATTELART, 2002, WILLIAMS, 2008) que compõem todo o tecido que entendemos como cultura (GEERTZ, 1989; MATTELART, 2002; WILLIAMS, 2008), servem de referências a partir das quais será possível verificar sua incidência nos eventos realizados na *Gibiteca Municipal de Santos* entre os anos de 2013 e 2017.

Matthew Pustz (2000) aponta para o fato de que estudos acadêmicos sobre o público consumidor de cultura pop indicam que grupos de fãs frequentemente compartilham uma cultura comum sobre seus personagens ou produtos favoritos, além de falarem uma linguagem específica e partilharem das mesmas comunidades interpretativas, sustentando assim uma identidade comum. Assim, seu livro *Comic Book Culture: Fanbiys and True Believers* também contribuirá para que a fundamentação teórica acerca dos elementos culturais considere os elementos comuns partilhados por fãs e leitores de histórias em quadrinhos.

Como destacam Mattelart e Neveu (2000), a genealogia dos Estudos Culturais está diretamente atrelada ao desejo de pesquisadores das Ciências Sociais em buscar soluções para desigualdades observadas em diversas sociedades, ou seja, a contrapartida social foi um fator significativo para o desenvolvimento de campos de estudo relacionados à cultura e à Comunicação.

A partir dos anos 1960, com a contribuição de pesquisadores como Stuart Hall, teorias da Comunicação e dos Estudos Culturais começaram a ser desenvolvidas com um olhar na América Latina, confirmando que contextos diferentes necessitam de abordagens diferentes para ser analisados. Se muito do que havia sido produzido até os anos 1970 tinha como principais contribuições os conceitos desenvolvidos por Adorno e Gramsci, com o surgimento de escolas de Comunicação, entre elas a própria ECA, os estudos desenvolvidos na América Latina e no Brasil trouxeram perspectivas que favoreciam a compreensão de fenômenos ocorridos em nosso continente e que nem sempre podiam ser interpretados à luz das teorias até então vigentes.

Sem negar a importância dos meios, tema tão caro à Comunicação, Martín-Barbero ressalta a importância da Comunicação que ocorre nos eventos sociais na América Latina, lembrando que a “cultura não é apenas o que a sociologia chama de cultura” e limitada às práticas relacionadas às belas artes e belas letras (Martín-Barbero, 2000, p. 154), mas que essa é diversa e produzida diariamente na vida cotidiana, no teatro, nos espaços de convívio.

Valéria Bari (2008), em sua tese de doutorado sobre o potencial das histórias em quadrinhos na formação de público leitor, recorreu a gibitecas do Brasil e da Espanha no intuito de apontar contrapontos culturais entre os dois países. Ao legitimar a importância dos quadrinhos para o processo de leitura, automaticamente justifica a existência das gibitecas para que esse processo ocorra e por isso, suas considerações são de fundamental importância para registrar um ponto de partida, de onde é possível expandir a ideia de gibitecas como espaços para a leitura exclusiva de histórias em quadrinhos por crianças e adolescentes, para espaços de socialização entre pessoas de diversas idades em torno de um interesse comum.

Natania Nogueira (2007) tem experiência de mais de 10 anos em implementação e manutenção de gibitecas escolares na cidade de Leopoldina, MG. Sua vivência aponta para o fato de que não só os jovens se integram melhor às atividades realizadas nas escolas após a criação de uma gibiteca, como também se sentem responsáveis pela manutenção de um espaço que se torna um dos lugares mais utilizados para sua socialização. Essa perspectiva, de que as histórias em quadrinhos podem propiciar desenvolvimento pedagógico, ao mesmo tempo que funcionam como uma atividade de lazer é compartilhada por outros autores:

Nos mais recentes aportes dos estudos culturais, estudiosos como Nestor Garcia Canclini elencam histórias em quadrinhos como bens culturais de vital importância para a cultura. Através desta reconciliação, foi possível a uma comunidade internacional de pesquisadores da pedagogia neo-piagetiana inserir, finalmente, as histórias em quadrinhos nas práticas pedagógicas (BARI, 2008, p.157).

A obra de Néstor Canclini é extremamente significativa para quem deseja entender os processos culturais ocorridos na América Latina, pois suas considerações acerca da importância da cultura de massa como fator de integração cultural, capaz inclusive de promover tomada de decisões no que tange às políticas públicas (CANCLINI, 1997), nos apontam que independentemente do tipo de atribuição de valor que possa ser conferida às histórias em quadrinhos, seu papel cultural não deve ser ignorado.

Quanto à metodologia empregada na pesquisa, se trata de um estudo de caso a partir da observação participativa e etnográfica. A etnografia é uma metodologia voltada para análises sobre as interações sociais, culturais e comportamentais. Levando-se em consideração o ambiente a ser analisado e suas relações com os atores envolvidos nos eventos oferecidos por ele, o estudo de caso é indicado e pode ser realizado por meio de técnicas como coleta de dados sobre os acontecimentos e número de visitantes e observação

participativa, para que se obtenha informações sobre a relação de um fenômeno e seu contexto. A descrição etnográfica é interpretativa; o que ela interpreta é o fluxo do discurso social e a interpretação envolvida consiste em tentar salvar o “dito” num tal discurso de sua possibilidade de extinguir-se e fixa-lo em formas pesquisáveis (GEERTZ, 2008, p. 15).

Com enfoque em eventos contemporâneos, o estudo de caso costuma ser aplicado em áreas da ciência da informação, em pesquisas relacionadas a bibliotecas, por exemplo. Normalmente indicados quando a compreensão dos processos sociais em seu contexto organizacional ou ambiental é importante para a pesquisa ou, na captura de aspectos emergentes de uma organização onde apenas uma pesquisa quantitativa seria muito estática para demonstrar o fluxo de atividades da organização.

A estrutura do trabalho

Até o presente momento, a pesquisa está estruturada em três capítulos, assim delimitados:

1. Compreendendo que o acesso à cultura é um direito básico de todos os cidadãos e que por meio dela as pessoas aprimoram seus conhecimentos, desenvolvem maior sensibilidade a assuntos diversos e exercem sua cidadania, em *Cultura e Cidadania* serão abordados conceitos de cultura e cidadania que possam sustentar a ideia de que não só os quadrinhos seriam bens culturais, como por meio dos eventos atrelados a eles, as pessoas teriam a possibilidade de ressignificar suas experiências como previsto nos apontamentos dos autores elencados neste capítulo. A necessidade de estabelecer os conceitos de cultura e cidadania que norteiam esta pesquisa, parte do princípio de que, para definirmos o papel cultural dos quadrinhos e sua função social relacionada ao exercício da cidadania, é preciso definir os parâmetros dentro dos quais os quadrinhos podem ser considerados bens culturais e esclarecer porque os eventos que promovem sua divulgação representam uma forma de fomentar um determinado tipo de manifestação artística em certas comunidades.
2. Em *Histórias em Quadrinhos*, o objetivo é situar o leitor acerca do papel destas publicações ao longo da História, narrando um pouco de sua trajetória, além de contextualizar a ideia que sugere que seu valor cultural

é tão relevante quanto o de qualquer expressão artística. Para isso, serão consideradas as perspectivas de diversos autores que analisam a forma como os quadrinhos alcançaram status de Arte a partir de um processo de legitimação que, embora não concluído, tem sido responsável para que as histórias em quadrinhos deixassem de ser vistas como um subproduto da literatura ou das artes visuais para se tornar um campo de produção cultural específico, como aponta Sequeira (2017) em sua dissertação de mestrado.

3. Por fim, ao tratar das gibitecas no capítulo de mesmo título, buscase pontuar sua importância em diversos âmbitos, como a formação de leitores e aquisição de conhecimentos diversos, e demonstrar que, apesar da tendência que indica o fechamento de muitos espaços dedicados exclusivamente à leitura de quadrinhos, o aumento na quantidade delas no país é atestado pelos autores mencionados neste capítulo. A partir do estudo da *Gibiteca Municipal de Santos* e dos eventos realizados no local, entre os anos de 2013 e 2016, procura-se ilustrar as falas dos autores como Mathew Pustz (2000) e Jesús Martín-Barbero (2000) quanto à necessidade de estes espaços existirem a partir da compreensão sobre cultura e cidadania, trazida no primeiro capítulo, para que se possa concluir, em seguida, se as gibitecas podem ou não ser consideradas polos de fomento à cultura e de exercício da cidadania por parte de seus frequentadores.

Resultados esperados

Quando do início da pesquisa, havia o conhecimento de que gibitecas são espaços frequentemente deixados em situação de descaso, o que muitas vezes, as levam ao encerramento de suas atividades. Muitas delas, são vinculadas à uma biblioteca escolar onde nem sempre os alunos costumam frequentar. Ao mesmo tempo, pesquisadores de biblioteconomia como Valéria Bari (2008) e Waldomiro Vergueiro (1994) registram aumento considerável na quantidade de gibitecas espalhadas por todo país, principalmente a partir dos anos 1990.

Contudo, Bari (2008) observa ao longo de sua tese, a vinculação de gibitecas às bibliotecas públicas indica a forte associação dos quadrinhos com o letramento, no entanto, a baixa frequência nesses espaços, muito em decorrência dos altos índices de analfabetismo

funcional apontados pela análise qualitativa de dados do INAF 2001 – Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional, indicou que a distribuição desigual de bens culturais está essencialmente ligada à formação dos cidadãos brasileiros e que este fator nem sempre é considerado quando do estabelecimento de políticas públicas educacionais e culturais (BARI, 2008, p. 3). Os mesmos dados revelaram que existia uma baixíssima frequência a bibliotecas e que as poucas visitas estariam vinculadas essencialmente à prática escolar.

Portanto, as bibliotecas públicas teriam funções sociais essenciais na formação de leitores que vão desde a concepção de um espaço público de leitura à apropriação dos bens da cultura letrada sob um caráter não utilitário a partir da disponibilização de suportes e mediação para que essa leitura ocorra (BARI, 2008, p. 4).

Nesse sentido, ações que possam atrair a atenção do público para espaços que costumam ser associados a uma prática educativa em vez de serem associados a espaços de socialização e lazer, caracterizam, acima de tudo, uma tentativa de mudar a concepção que grande parte das pessoas têm em relação a estes espaços.

Nesse sentido, o que se espera a partir da observação dos eventos realizados na Gibiteca Municipal de Santos, é que eles possam fornecer pistas sobre como demonstrar que estes espaços representam muito mais do que depósitos de revistas em quadrinhos e que, a partir de ações locais, podem representar pólos de fomento a cultura e de exercício da cidadania, a partir da compreensão de que os quadrinhos representam bens culturais de tanto valor quanto outras expressões artísticas e que seu acesso é um direito garantido constitucionalmente.

Referências

BARI, Valéria Aparecida. **O Potencial das Histórias em Quadrinhos na Formação de Leitores**: busca de um contraponto entre os panoramas culturais brasileiro e europeu. São Paulo, 2008. Tese de Doutorado – ECA/USP.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 3ª ed. São Paulo: Edusp, 2000.

_____. **Consumidores e cidadãos**: Conflitos Multiculturais da Globalização. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999.

CORTEZ, Glauco Rodrigues. *Espaços de Comunicação, Cultura e Designificação*. In: **Matrizes**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da

Universidade de São Paulo, São Paulo, Ano 7, V. 7 - n. 1, janeiro/junho 2013. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/56653/59677>. Acesso em 24 de março de 2017.

COSGROVE, Denis E. *Em Direção a uma Geografia Cultural Radical: Problemas da Teoria*. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDHAL, Zeny (Org.) **Geografia Cultural: Um Século** (2). Rio de Janeiro: UERJ, 2000. Disponível em <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/espacoecultura/article/view/6313>. Acesso em 24 de março de 2017.

DANNER, Alexander; MAZUR, Dan. **Quadrinhos: história moderna de uma arte global**. Martins Fontes: São Paulo, 2014.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

_____. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

MARINO, Daniela; NOGUEIRA; Natania. *Gibitecas como espaços de formação de leitor e exercício da cidadania*. In BRAGA, Amro; MODENESI, Thiago (org) **Quadrinhos e Educação: Fanzines, espaços e usos pedagógicos**. Vol. 3. Faculdade dos Guararapes, Recife, 2016.

MARTTELART, A. e NEVEU, E. **Los cultural studies: hacia una domesticación del pensamiento salvaje**. La Plata: Editora Universidad Nacional de La Plata, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

_____; BARCELLOS, Claudia. *Comunicação e mediações culturais*. Diálogos Midiológicos - 6. Entrevista de Martín-Barbero. **Revista Brasileira de Comunicação**. Vol. XXIII, nº 1, janeiro/junho de 2000. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br>. Acesso em 4 de abril de 2016.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MATO, Daniel. *Stuart Hall a partir da América Latina*. **Matrizes**. v.9, nº 2 julho/dezembro, 2015.

MORESI, Eduardo (org). **Metodologia da Pesquisa**. Programa de Pós-Graduação da Universidade Católica de Brasília. 2003. Disponível em <http://www.inf.ufes.br/~falbo/files/MetodologiaPesquisa-Moresi2003.pdf>. Acesso em 9 de abril de 2016.

NOGUEIRA, Natania A. S. Gibiteca: **Ensino, Criatividade e Integração Escolar**. Anais eletrônicos, v. 7. Curitiba: EDUCERE, 2007. Disponível em <http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2007/anaisEvento/arquivos/CI-020-05.pdf>. Acesso em 8 de abril de 2016.

ORLIKOWSKI, W.; BAROUDI J. J. *Studying Information Technology in Organizations: Research Approaches and Assumptions*. **Information Systems Research**, v. 2, n.1, 1991. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1287/isre.2.1.1>. Acesso em 8 de abril de 2016.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Comunicação Comunitária e educação para a cidadania*. Comunicação e Sociedade 2. **Cadernos do Noroeste**: série Comunicação, vol. 14, Braga, Portugal, 2000. Disponível em <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/viewFile/1427/1358>. Acesso em 12 de setembro de 2016.

PUSTZ, Matthew. **Comic Book Culture: Fanboys and True Believers**. Mississippi University, 2000.

SCHWANDT, Thomas A. *Constructivist, Interpretivist Approaches to Human Inquiry*. In: DENZIN, Norman K. **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks: Sage, 1994. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/232477264_Constructivist_Interpretivist_Approaches_to_Human_Inquiry. Acesso em 8 de abril de 2016.

VERGUEIRO, Waldomiro; RAMOS, Paulo (orgs). **Quadrinhos na Educação: da rejeição à prática**. Contexto: São Paulo, 2009.

____; ____; CHINEN, Nobuyoshi. **Os Pioneiros no Estudo de Quadrinhos no Brasil**. Criativo: São Paulo, 2013.

____. *Histórias em quadrinhos e serviços de informação: um relacionamento em fase de definição*. **DataGramZero**, v. 6, n. 2, 2005. Disponível em <http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/1585>. Acesso em 13 de maio de 2017.

____. **Panorama das Histórias em Quadrinhos**. Peirópolis: São Paulo, 2017.

____. **Pesquisa Acadêmica em Histórias em Quadrinhos**. Criativo: São Paulo, 2017.

____. *A odisséia dos quadrinhos infantis brasileiros: Parte 1: De O Tico-Tico aos quadrinhos Disney, a predominância dos personagens importados*. **Hagaque**, vol 1, ano 2, julho 1999. Disponível em <http://www.eca.usp.br/nucleos/nphqeca/agaque/ano2/numero1/indexn1v2.htm>. Acesso em 12 de abril de 2017.

____. *Comic Books Collections in Brazilian Public Libraries: The Gibitecas*. In: **New Library Word**, v. 95, n. 1117, MCB University Press Limited: Inglaterra, 1994.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

____. **Culture and Society: 1780-1950**. Inglaterra: Doubleday Anchor, 1969.

____. **The Long Revolution**. Austrália: Pelican Edition, 1961.

Interfaces colaborativas em Comunicação e educação ambiental

Sandra Pereira Falcão*

Resumo: Análise de interações comunicativo-educativas relacionadas à ecocrise global, com vista ao estudo de formas para preencher lacunas de comunicação/educação e incrementar ações proativas em cenários de progressivo agravamento socioambiental. Método plural inspirado em Lopes (2005) e Pontuschka (2011). Resultados parciais sugerem estabilidade na incomunicação cidadão-poder público, além de percepções a) uníssonas quanto ao papel da escola básica e b) díspares quanto à comunicação ambiental em rede.

Palavras-chave: Comunicação ambiental. Educomunicação. Trânsitos discursivos.

Introdução

A comunicação assume posição central para o modo como obtemos informações sobre o meio ambiente e tomamos conhecimento dos problemas a ele relacionados, argumenta Anders Hansen, professor do Departamento de Mídia e Comunicação da Universidade de Leicester¹, no Reino Unido. O docente recorda que

a maioria dos meios de comunicação são uma arena pública crucial por meio da qual começamos a nos preocupar com as dificuldades ambientais e o modo pelo qual elas são abordadas, contestadas e resolvidas. De fato, a centralidade da “comunicação” para o surgimento do “ambiente” como uma questão social e política central desde os anos 60 reflete-se na crescente proeminência e consolidação dos estudos de “comunicação ambiental” como vertente distintiva dos estudos de mídia e comunicação em geral (HANSEN, 2011, p. 9, trad. nossa).

* Doutoranda do PPGCOM-ECA/USP, sob orientação do Prof. Dr. Adilson Citelli. Bolsista do CNPq. Mestra em Ciências da Comunicação pela ECA-USP; especialista em Educação Profissional Integrada à Educação Básica, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP); graduada em Letras pela USP; professora do Curso Objetivo em São Paulo. E-mail: sandrapfalcao@hotmail.com.

1 O professor Anders Hansen foi fundador, presidente e hoje é vice-presidente do Grupo de Estudos sobre Questões Ambientais, Ciência e Comunicação de Risco da *International Association for Media and Communication Research* (IAMCR). Membro do Conselho Executivo e Secretário da *International Environmental Communication Association* (IECA).

Expande-se a comunicação ambiental diante dos cenários degradados no planeta e face aos hábitos coletivos que os amplificam — principalmente em áreas urbanas. Decorrência dos fatos assinalados, observamos na atualidade ampla disponibilização de informação socioambiental na mídia. Há inúmeros trânsitos discursivos multidimensionais (CITELLI, 2012) versando sobre as responsabilidades individuais e coletivas envolvidas, as iniciativas em educação/comunicação ambiental e o que é aguardado em termos de ações sustentáveis dos diferentes elementos a integrar o sistema no qual interagem Estado/Mercado/Sociedade/Indivíduo.

Nota-se com frequência, no entanto, grande distância entre as ações efetivamente executadas e os resultados obtidos. Enquanto ganham em intensidade e número os discursos em favor da alteração cultural dos padrões de produção e consumo, caminham em câmera lenta as mudanças propriamente ditas, revelando a premência em focalizar a *Educação Ambiental Emancipatória*, conceito referido por Loureiro (2004). Para o professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), ela ocorre a partir de uma matriz que engloba a compreensão da educação como elemento de transformação social inspirada no diálogo, no fortalecimento dos sujeitos, no exercício da cidadania, na criação de espaços coletivos restauradores das regras de convívio social, na superação das formas de dominação promovidas pelo capitalismo selvagem e, por fim, na compreensão do mundo e da vida em sua complexidade e totalidade.

A consecução de tais parâmetros, todavia, depende em grande monta de um espaço comunicacional capaz de sensibilizar os atores sociais para a urgente guinada que se traduziria em aliar conteúdos socioambientais em circulação no ecossistema comunicativo-educativo-midiático à proatividade cidadã permanente. Não faltam, como é simples notar, informações e sujeitos, mas há diversos problemas na conexão entre estas pontas do sistema no sentido de que o turbilhão informativo à disposição pouco se converte em comunicação “que toca” (MARCONDES FILHO, 2008) e abre a coletividade à perspectiva ecosófica (GUATTARI, 2012). Para alcançá-las, faz-se mister estudar e aprimorar os enfoques participativos relacionados: a) ao capital social (MATOS, 2009) e ao capital emocional dos cidadãos (FERRÉS i PRATS, 2014); b) à deliberação (DAHLGREN, 2009); c) às transformações representadas pelos novos sensórios a gerar sintonias/dessintonias comunicacionais e educativas em cenário de mudanças velozes, conforme aponta Citelli (2011 e 2015) e d) aos tipos de engajamento (JACOBI, 2000 e 2008; BRULLE, 2010) — determinados, estes, pela distinção entre *empowerment psicológico* e *empowerment comunitário* mencionada por Carvalho (2004).

Robert Joseph Brulle, professor de Sociologia e Ciência Ambiental da *Drexel University* (Filadélfia)², destaca que o engajamento depende de fatores não conectados (como desejam alguns governantes e operadores do mercado) apenas a repassar informações para a população e angariar apoio para posições políticas elitistas. Para o docente, é preciso haver esforço especial voltado a trabalhar com mensagens que tenham condições de envolver os cidadãos diretamente nas atividades de construção/ evolução das políticas públicas (PPs). Por tal razão, em nossa tese dedicamos um capítulo às interfaces socioambientais e educacionais das PPs, procurando entender as interconexões entre *participação, meio ambiente e políticas públicas*.

Esse é um tripé muito importante na relação humano-ambiente, para posicionar os cidadãos diante das incontáveis problemáticas da vida em sociedade e assim ajudá-los a tomar decisões tanto no âmbito individual quanto coletivo — construindo e fazendo evoluir sua consciência crítica de modo a ampliar a própria capacidade de intervenção sobre a realidade, conforme recorda Carvalho (2004).

Nesse sentido, justificam-se pesquisas ancoradas nos princípios da Educomunicação (SOARES, 2011), pois “as práticas educacionais, em seu pressuposto político-metodológico, tornam-se essenciais para o desenvolvimento de uma educação ambiental crítica e dialógica” (GATTÁS, 2015, p. 110) — apta a prover o que Portilho (2010) classifica como arcabouço potente no sentido de renovação das formas políticas para enfrentamento mais vigoroso da crise ecológica, com destaque para a reflexividade e a participação.

Urge, dessa maneira, promover uma participação engajada do cidadão capaz de transformar o modo de vivenciar a conexão humano-ambiente (D’ALISA, DEMARIA e KALLIS, 2016). Fundamentam-se, destarte, nossos esforços investigativos ao pesquisarmos trânsitos discursivos de teor socioambiental correlacionados ao decréscimo da qualidade de vida coletiva e à reduzida participação sociopolítica dos cidadãos, considerando os cenários informativo-educativos em que diálogos sobre a temática efetuam-se e constroem sentidos.

Objeto de estudos: Manifestações discursivas socioambientais de cunho teórico e prático, por meio das quais torna-se viável observar/ analisar o campo da Comunicação Ambiental e suas intersecções com a Educação, a Educação Ambiental e a Comunicação, em suas linhas gerais. A partir dessa conexão, investigamos trânsitos

² Suas pesquisas focalizam o movimento ambiental norte-americano e suas relações com a teoria crítica e a participação pública na tomada de decisões ambientais.

discursivos de diferentes procedências e matizes a abranger a relação humano-ambiente, nos cenários informativo-educativos em que se efetuam trocas/diálogos capazes de reelaborar sentidos socioambientais, sobretudo aqueles vinculados à vida nas cidades contemporâneas. Trata-se de percurso interativo-reflexivo com orientação epistêmica e práxis voltadas à rediscussão da ecocrise e ao fortalecimento da cidadania ambiental, tendo como principal vetor o eixo Comunicação-Educação.

Objetivo geral: Buscamos identificar e analisar, entre grupos heterogêneos, fluxos comunicativo-educativos com maior potencial para promover reflexão e empoderamento comunitário face à ecocrise glocal. Conservando em mira o âmbito da Comunicação/Educação, estudamos: a) como preencher lacunas comunicacionais de diferentes tipos, comprovadas em pesquisa pregressa por nós realizada no PPGCOM-USP em nível de mestrado (FALCÃO, 2013); b) pistas sobre como incrementar ações proativas cidadãs vinculadas a cenários comprometidos por crescentes agravantes socioambientais, sobretudo em áreas metropolitanas.

Método: O método de Lopes (2005) para pesquisa em Comunicação e a Teoria do Estudo do Meio (PONTUSCHKA, 2011) demarcam o andamento geral da investigação, à qual aportamos, quando necessário, contribuições pontuais inspiradas noutras vertentes metodológicas. As atividades de campo basearam-se na criação e efetivação de diálogos socioambientais com 514 participantes, distribuídos em 12 grupos heterogêneos compostos por: a) internautas residentes no Brasil; b) moradores do Distrito Vila Medeiros e adjacências - São Paulo, capital (uma área geográfica com alto índice de mazelas socioambientais, sob administração da subprefeitura V. Maria - V. Guilherme); c) professores de uma escola municipal de ensino básico, no lócus físico de investigação; d) alunos do ensino médio e da educação de jovens e adultos (noturno) de uma escola estadual, a maioria moradores do distrito referência; e) conselheiros participativos e ambientais paulistanos; f) membros de comunidade religiosa local; g) participantes de uma audiência pública no distrito referência; h) profissionais de arquitetura e construção civil atuantes no distrito base; i) vestibulandos; j) estudantes de graduação, k) participantes de minicursos e l) leitores de jornal de bairro.

As interações foram planejadas a partir de a) dados científicos de campo recolhidos e analisados em investigação anterior, retraduzidos em linguagem de fácil acesso (FALCÃO, 2013); b) aportes do referencial teórico construído ao longo da trajetória acadêmica no mestrado e no doutorado; c) identificação, proposição e participação da pesquisadora em atividades interativas variadas (*surveys*, conversas

informais, palestras, minicursos e eventos do poder público) nas quais foram desenvolvidas dinâmicas, aplicação de questionários digitais e presenciais *in progress*, além de diálogos com foto-elicitação (BANKS, 2009). Os procedimentos permitiram recolher fluxos discursivos socioambientais de diferentes dimensões/direções, a fim de que fosse possível observar/revisar/analisar aspectos medulares da comunicação socioambiental contemporânea em suas múltiplas interfaces com a educação, a educação ambiental e a educomunicação.

Justifica-se a opção pela abordagem multimétodo, também conhecida como triangulação metodológica ou *mixed methods*, por se tratar de estratégia que representa para o pesquisador a oportunidade de reduzir vieses limitantes responsáveis por resultados muito focalizados em um aspecto específico do objeto de estudos em detrimento de outros, conquanto represente trabalho adicional para coletar e analisar dados (GÜNTHER, ELALI e PINHEIRO, 2017). De acordo com os autores consultados, a providência conduz a conhecimento mais abrangente tanto do objeto quanto das dimensões atuantes em sua definição, ou, conforme explicita Lopes (2005), faculta iluminação multifacetada do objeto em estudo, já que uma técnica consegue lançar luzes sobre o que a outra não conseguiu.

Resultados: Neste *paper*, por razões naturais afeitas ao espaço destinado para discorrermos sobre o trabalho, apresentaremos apenas alguns dos principais resultados de nossa investigação — os quais podem ser conhecidos na íntegra por meio da leitura da tese, cujo depósito se encontra em preparação.

No que tange à percepção e ao relato, por parte dos respondentes via rede digital, sobre problemas ambientais/socioambientais que acometem o espaço geográfico no qual habitam, observamos preocupações multifacetadas, assim distribuídas:

As cores e suas nuances, esclarecemos, indicam grupos de ideias e as correlações entre elas operadas pelos respondentes durante a tessitura de seu discurso (nesse caso, trata-se de respostas a uma questão aberta).

Notamos que em todos os grupos aos quais abrimos a oportunidade de indicar, em questão aberta, quais problemas ambientais do bairro onde moram os afligiam, houve alto índice de respostas. Evidenciou-se interesse pelo relato escrito, tendo sido oferecidos espaços de até 3000 caracteres para a expressão livre de suas impressões, embora isso resultasse, como de conhecimento geral, em grande quantidade de dados que necessitaram de categorização manual, análise pormenorizada do total de dados e desmembramento em subcategorias, para melhor entendimento do conjunto.

Figura 1 – Percepção geral do público de redes sobre problemas ambientais em seu bairro - categorização manual (fonte: elaboração da autora)

CIDADE/BAIRRO: PERCEPÇÕES SOCIOAMBIENTAIS DOS MORADORES					
LIXO/DEJETOS 48	ENTULHO 5	DESCARTE IRREGULAR 21	VIAS PÚBLICAS/ PRAÇAS 4	QUEIMA 1	DENGUE EM EXPANSÃO/ RISCO DE DENGUE 5
RESÍDUOS SÓLIDOS 1	RESÍDUOS SÓLIDOS DESCONHECIDOS 1	PVDRs (PONTOS VICIADOS DE DESCARTE DE RESÍDUOS SÓLIDOS) 1	CONDUTA - JOVENS (LIXO-PRAÇAS) 2	CUSTO LIMPEZA- CONSCIENTIZAÇÃO 1	MOSQUITO 2
COLETA SELETIVA - FALTA/ PROBLEMAS 9	COLETA DE ÓLEO, FALTA DE 1	COLETA PILHAS E BATERIAS, FALTA DE 1	MORADORES MISTURAM ORGÂNICOS E RECICLÁVEIS 1	POLÍTICAS PÚBLICAS AUSENTES 1	PISCINAS ABANDONADAS (ÁGUA SUJA) 1
RECICLAGEM -PROBLEMAS 1	CARROS ABANDONADOS 2	LIXEIRAS AUSENTES/ QUEBRADAS/ INSUFICIENTES 7	CAÇAMBAS AUSENTES 1	TERRENOS BALDIOS/ ABANDONADOS/ SUJOS 4	ÁGUA PARADA 2
REDE DE ESGOTO - PROBLEMAS 15	ESGOTO AUSENTE 1	TRATAMENTO DE ESGOTO AUSENTE 3	ESGOTO DESPEJADO NOS RIOS/CÓRREGOS/ LAGOS 6	ESGOTO A CÉU ABERTO 3	ESGOTO VAZANDO 2
POLUIÇÃO 20	POLUIÇÃO DAS ÁGUAS (RIOS, CÓRREGOS, PRAIA, MAR) 10	POLUIÇÃO DA TERRA/ AREIA 1	POLUIÇÃO SONORA 8	ADENSAMENTO/ AGLOMERAÇÃO 2	CARROS DE SOM/BAILE/ SHOWS/PANCADÃO/ LIMITE HORÁRIO 1
POLUIÇÃO VISUAL 2	POLUIÇÃO OLFATIVA 1	POLUIÇÃO DO AR 7	QUEIMADAS 1	SAÚDE PRECÁRIA 1	CONDUTAS INADEQUA- DAS DOS FREQUENTA- DORES 1
CONSTRUÇÕES/ HABITAÇÕES IRREGULARES 5	MARGENS/ ENTORNO RIOS, MANGUES, NASCENTES, CÓRREGOS 3	VEÍCULOS 1	QUEIMA DE DIESEL/ ÔNIBUS 1	MUITOS PRÉDIOS 1	ILHA DE CALOR/ MICROCLIMA 1
CUIDADO FALTA DE, 1	ÁREAS PÚBLICAS INVADIDAS 6	CONSTRUÇÕES EM ÁREAS DE PRESERVAÇÃO 3	ESPECULAÇÃO/ EXPANSÃO IMOBILIÁRIA 4	GRANDES CONDOMÍNIOS 2	DESMATAMENTO CRESCENTE/ 2
ÁREAS VERDES/CANTEIROS/ PRAÇAS/ PARQUES PÚBLICOS: SEM MANUTENÇÃO, SEM CUIDADO, ABANDONADOS, FALTA DE ZELO, POUCA CONSERVAÇÃO 18	SUJEIRA/LIXO 5	MATO ALTO, CRESCENDO 3	DEGRADAÇÃO DE ÁREAS VERDES 1	EXPULSÃO DA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA 1	COMPENSAÇÃO AMBIENTAL, FALTA DE 1
ÁREAS VERDES DE LAZER – AUSENTES 1	PROLIFERAÇÃO DE ANIMAIS INDESEJADOS [SINANTRÓPICOS] 1	INFRAESTRUTURA AMBIENTAL, FALTA DE 1	URBANIZAÇÃO/ SANEAMENTO BÁSICO, FALTA DE 6	MOVIMENTO INDEVIDO DE TERRAS (CORTE DE MORROS SEM CRITÉRIO) 2	EVASÃO DA FLORA/ INVASÃO DA FAUNA (EX.: RODOANEL) 1
CALÇADAS E MUROS EM MÁS CONDIÇÕES (RISCO DE ACIDENTE PARA PEDESTRES) 2	CALÇADAS NÃO ADAPTADAS 1	CALÇADAS COM MATO 1	FORNECIMENTO IR- REGULAR DE ENERGIA 1	ESTOURO FREQUENTE DE TRANSFORMADORES 1	MEIO AMBIENTE - FALTA DE RESPEITO/ FALTA DE CONSCIENTIZAÇÃO/ CONSCIÊNCIA PRECÁRIA 3
ARBORIZAÇÃO-VEGETAÇÃO REDUZIDA/AUSENTE/INSUFI- CIENTE/CORTE EXCESSIVO/ ABANDONO 18	PODAS MAL FEITAS/ FALTA DE PODA 7	ÁRVORES (ANTIGAS, VELHAS, DOENTES) RISCO DE QUEDA 4	ARBORIZAÇÃO – FALHAS NA EXECUÇÃO (POUCA ÁREA AO REDOR DA BASE DOS TRONCOS) 1	CONTROLE DE USO DA ÁGUA [RACIONAMENTO] 1	DESPERDÍCIO DE ÁGUA 1
ENCHENTES/ALAGAMENTOS/ TRANSBORDAMENTOS/ INUNDAÇÕES 19	RISCO À SAÚDE (PESSOAS E ANIMAIS) 1	ESGOTAMENTO DE ÁGUAS PLUVIAIS INSUFICIENTE 1	CÓRREGOS* *vistos como algo negativo de per si 1	BOCAS DE LOBO ENTUPIDAS 1	AVANÇO DO MAR SOBRE A PRAIA 1
FAVELAS/FAVELIZAÇÃO 7	MORADIAS PRECÁRIAS 1	MORADIAS PROVISÓRIAS (BARRACAS) 1	ALTO ÍNDICE DE MORADORES DE RUA/ GRANDE POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA 5	PESSOAS EM SITUA- ÇÃO PRECÁRIA 1	POLÍTICAS PÚBLICAS DE AMPARO AUSENTES 1
TRANSPORTE RUIM/ BAIXA QUALIDADE/ LOTADO/DEFASADO 5	POLÍTICAS PÚBLICAS DE TRANSPORTE AUSENTES 1	CICLOVIAS AUSENTES 1	CRECHES FECHAM CEDO (NÃO ATENDEM QUEM TRABALHA 8h/DIA) 1	DROGADIÇÃO 3	VIOLÊNCIA 1
TRÁFEGO INTENSO (EM DIFERENTES HORÁRIOS) 4	TRÁFEGO MAL DIMENSIONADO/ CONGESTIONAMENTOS 4	PAVIMENTO MAL CONSERVADO BURACOS NAS RUAS/RUAS ESBURACADAS 5	ESTACIONAMENTO, FALTA DE 1	SEGURANÇA, FALTA DE 1	ÁREAS DE RISCO 1

Foi verificado que a *falta de comunicação* dos munícipes com a prefeitura/subprefeitura de sua cidade a respeito das dificuldades socioambientais apontadas é recorrente, conforme apuramos em pesquisas desde 2011 (início do mestrado) até 2018 (término do doutorado). Também houve indicação, entre os respondentes, de que existem *falhas na comunicação do poder público com os munícipes* quando o assunto diz respeito a *problemas ambientais*.

Tais fatos indicam necessidade de ampliar a comunicação socioambiental entre poder público e cidadãos (e vice-versa), o que pode ser obtido através do incremento na quantidade de projetos educacionais a serem desenvolvidos em regime de parceria entre universidade, escolas de ensino básico, instituições de bairro (principalmente as religiosas), poder público e veículos de comunicação.

Outro resultado importante remete à urgência em amplificar contato institucional da universidade com escolas de ensino básico (e vice-versa) em favor do compartilhamento de conteúdos educacionais socioambientais na perspectiva do território. Esta última constituiu-se frente na qual nossa pesquisa teve mais dificuldades para avançar, conquanto já tivéssemos realizado outras três investigações no âmbito da comunicação-educação no distrito referência.

Nossa investigação (efetivada, conforme explicitado, por meio de interações físicas e virtuais com os sujeitos de pesquisa) recolheu indicativos, durante interação presencial promovida com estudantes de graduação, de que é preciso repensar estratégias de uso dos conteúdos em comunicação/educação ambiental veiculados através das ferramentas digitais de interação. Quanto à conexão *rede social e sensibilização ambiental*, deixamos, intencionalmente, de incluir na pergunta que fizemos um item sobre *comunicação digital*, a fim de verificar se a ideia surgiria espontaneamente entre os respondentes: apenas 1% aludiu à possibilidade, no item *'outros'*: *"redes sociais! baixo custo, grande alcance"*. Ao expor esse resultado para os alunos, explicando a intencionalidade da indagação, propusemos que os jovens universitários levantassem razões pelas quais alguns respondentes, de outros grupos, não consideravam rede social um bom caminho para trabalhar questões socioambientais locais. Os resultados envolvem tipo de páginas, faixa etária, velocidade das interações, entre outras variáveis que podem ser conferidas em detalhes na tese.

A estratégia de questionários *in progress* revelou-se produtiva para a consecução dos objetivos do trabalho, pois permitiu agregar facetas analíticas não contempladas no início da pesquisa e que se revelaram à medida que avançavam os contatos com os diferentes grupos envolvidos. Tanto nas intervenções em forma de palestra quanto nas intervenções em forma de minicurso/aulas, bem como na intervenção em forma

de dinâmica, foi possível observar: a importância do encontro, do diálogo reflexivo que propiciou abertura para as falas mais espontâneas dos participantes e deu vazão à memória histórico-afetiva capaz de construir experiências conjuntas alinhadas aos princípios da Educação Ambiental Emancipatória (LOUREIRO, 2004).

Referências

BANKS, Marcus. **Dados Visuais para Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BRULLE, Robert J. *From Environmental Campaigns to Advancing the Public Dialog: Environmental Communication for Civic Engagement*. **Environmental Communication**, 4:1, 2010. Disponível em goo.gl/P4Sif4. Acesso em 18 de janeiro de 2017.

CARVALHO, Sérgio Resende. *As contradições da promoção à saúde em relação à produção de sujeitos e a mudança social*. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, v. 9 n. 3 julho/setembro 2004.

CITELLI, Adilson. *Comunicação e Educação: implicações contemporâneas*. In: CITELLI, Adilson; COSTA, Maria Cristina Castilho (orgs.). **Educomunicação: Construindo uma Nova Área de Conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.

_____. *Comunicação e Culturas do Consumo: novos desafios para a Educação*. Mesa-redonda. **II Congresso Internacional em Comunicação e Consumo**. São Paulo, ESPM, 15 e 16 de outubro de 2012.

_____. *Comunicação e Educação: o problema da aceleração temporal*. In: NAGAMINI, E. (org.). **Questões teóricas e formação profissional em comunicação e educação**. Ilhéus: Editus, 2015.

DAHLGREN, Peter. **Media and political engagement: citizens, communication, and democracy**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

D'ALISA, Giacomo; DEMARIA, Federico; KALLIS, Giorgos (orgs.). **Decrescimento: vocabulário para um novo mundo**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2016.

FALCÃO, Sandra Pereira. **Comunicação e Educação Ambiental na construção de sentidos urbanos**. São Paulo, 2013. Dissertação de mestrado ECA/USP.

FERRÉS i PRATS, Joan. *Educomunicação e Cultura Participativa*. In: **Educomunicação — para além do 2.0**. São Paulo: Paulinas, 2014.

GATTÁS, Carmen Lúcia Melges Elias. **Novas mediações na interface comunicação e educação**: a educomunicação como proposta para uma educação ambiental transformadora. São Paulo, 2015. Tese de doutorado – ECA/USP.

GUATTARI, Félix. **As Três Ecologias**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2012.

GÜNTHER, Hartmut; ELALI, Gleice Azambuja; PINHEIRO, José Q. *Multimétodos*. In: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleice Azambuja (orgs.). **Temas Básicos em Psicologia Ambiental**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

HANSEN, Anders. *Communication, media and environment: towards reconnecting research on the production, content and social implications of environmental communication*. **International Communication Gazette**, vol. 73, 1-2, janeiro de 2011. Disponível em <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1748048510386739>. Acesso em 20 de janeiro de 2017.

JACOBI, Pedro Roberto. **Cidade e Meio Ambiente**: Percepções e Práticas em São Paulo. São Paulo: AnnaBlume, 2008, 3ª ed.

_____. **Políticas Sociais e Ampliação da Cidadania**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação FGV, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Loyola, 2005.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. **Trajetória e Fundamentos da Educação Ambiental**. São Paulo: Cortez, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MATOS, Heloiza. **Capital Social e Comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

PONTUSCHKA, Nídia Nacib. *Estudo do Meio – Metodologia*. Curso **A Educação Ambiental e a Formação de Professores através da Pesquisa Interdisciplinar** (2º sem./2011, Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo - FE/USP).

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania**. São Paulo: Cortez, 2010.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação**. Contribuições para a reforma do ensino médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

Comunicação pública e saúde comunitária: o capital social na Pastoral da Saúde

*Simone Alves de Carvalho**

Resumo: Essa pesquisa tem como tema o capital social que ocorre dentro de uma organização voluntária, a Pastoral da Saúde, sob o ponto de partida da investigação que é a comunicação pública. Os objetivos são entender essa interlocução e aplicação prática dos conceitos; a metodologia utilizada foi a análise do discurso do sujeito coletivo. As entrevistas foram realizadas e estão sendo analisadas.

Palavras-chave: Comunicação pública. Saúde comunitária. Pastoral da Saúde.

Tema da pesquisa e objeto

O tema que origina essa pesquisa é a comunicação pública e seu relacionamento com o cidadão, sob a ótica das teorias do capital social e do reconhecimento. A interface estudada é a saúde, pois esta é uma das diversas áreas de aplicações possíveis da comunicação pública, mais especificamente a vertente da saúde comunitária. A Pastoral da Saúde (PS) foi o objeto de pesquisa escolhido.

Objetivos

O objetivo geral desse estudo é constatar empiricamente o capital social existente na comunidade.

Os objetivos específicos são apresentar revisão bibliográfica de conceituações sobre comunicação pública que sejam pertinentes ao objeto de estudo; estudar os conceitos de capital social e reconhecimento sob a ótica da saúde comunitária; e aprofundar conhecimentos sobre a saúde comunitária e pública.

* Simone Alves de Carvalho é graduada em Relações Públicas (ECA-USP), mestre e doutoranda em Ciências da Comunicação (PPGCOM-ECA/USP, com bolsa CAPES). Membro do Grupo de Pesquisa Compol. Ouvidora certificada pela ABO. Atua como docente universitária e orienta e avalia Projetos de Iniciação Científica e Trabalhos de Conclusão de Curso – Monografias e Projetos Experimentais. E-mail: carvalho.simone@gmail.com.

Os objetivos teóricos pretendem relacionar os conceitos de capital social e reconhecimento de maneira interdisciplinar entre as áreas da comunicação pública e da saúde comunitária.

Os objetivos práticos são devolver à PS um estudo sobre o capital social e reconhecimento que eles possuem, demonstrando que os voluntários da PS compreendem seu papel como multiplicadores do capital social que deve ser inerente a esse tipo de serviço.

Metodologia

A primeira parte da pesquisa contou com a pesquisa bibliográfica em livros, revistas e congressos científicos das áreas relacionadas, tanto nacional quanto estrangeiro, para responder aos objetivos gerais, específicos e teóricos; e na segunda parte foram realizadas entrevistas com voluntários da PS na região de Americana, interior de São Paulo, para atingir os objetivos específicos e práticos. As entrevistas foram analisadas com uso da metodologia análise do discurso na vertente inglesa e discurso do sujeito coletivo.

Justificativa

Este projeto teve origem quando trabalhei como ouvidora no Hospital das Clínicas. Após tentativas infrutíferas de realizar as entrevistas com órgãos públicos voltados à saúde pública, optei por trabalhar com uma organização voluntária que exerce um trabalho solidário junto a enfermos e familiares.

Fundamentação teórica

Para este texto, utilizarei a fundamentação teórica sobre o capital social.

A origem do conceito de capital social data de 1916 com Hanifan, ao explicar que, para sua existência, a primeira condição é que as pessoas se unam, de maneira a acumular o capital social, e então a comunidade poderá começar a ver melhorias, e quanto mais se trabalhe em prol da comunidade, maiores serão os dividendos do investimento social. No texto, destacam-se a simpatia, o companheirismo e a boa vontade como bases para o capital social, que pode ser aplicado no bem-estar da comunidade.

Bourdieu estrutura o conceito, tratando-o como uma das diferentes formas de capital, sendo que:

o capital social é o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros ou por eles mesmos), mas também são unidos por ligações permanentes e úteis (BOURDIEU, 1980, p. 1).

Assim como para Bourdieu (1980), o capital social é oriundo da estrutura social, “o capital social é visto como componente da ação coletiva, ativando as redes sociais” (MATOS, 2009, p. 35), da mesma maneira que Hanifan (1916) aborda como o capital social pode ser usado pela e para a sociedade. Putnam (2000, p. 14) é taxativo ao dizer que a “ideia principal da teoria do capital social é que redes sociais possuem valor” e que esses “contatos sociais afetam a produtividade dos indivíduos e dos grupos” (idem, p. 14), acrescentando que as normas de reciprocidade, de confiança e de participação criam o que ele chama de virtude cívica. O princípio da reciprocidade – eu ajudo uma pessoa e, se eventualmente eu precisar, alguém me ajudará – é basal, segundo Putnam, para a existência do capital social, criando uma sociedade mais eficiente, por ser confiável e honesta. Essa comunidade possui laços sociais densos, que reforçam esses sentimentos e o engajamento cívico.

O capital social pode ser um bem público ou privado, mas é considerado como um ativo invisível ou intangível (BOURDIEU, 1980; COLEMAN, 1990; HIGGINS, 2005), ao que Higgins (2005, p. 31) critica que o ativo impessoal tende a oferecer “vantagens aos indivíduos, famílias ou grupos que estão melhor relacionados”, o que prolongaria os privilégios já existentes, mas também observa que ele é inalienável e tem valor de uso, mas não tem valor de troca, pois “o capital social não é uma propriedade privada de seus beneficiários, pois todos seus componentes funcionais têm o aspecto de um bem público” (idem, p. 90), ou seja, a sociedade tem participação obrigatória na criação e manutenção do capital social.

Já a base do capital social possui e oferece “valores como solidariedade, lealdade e confiança” (MATOS, 2012, p. 57), fomentada pela comunicação pública, cuja existência alicerça o capital social e suas redes, em uma relação simbiótica, pois um retroalimenta o outro. Para Putnam (2000, p. 205), a comunicação é um pré-requisito para a existência do capital social, e as redes serão esparsas nas comunicações mediadas pelas tecnologias de informação e comunicação; e densas nas comunicações interpessoais físicas. Para o autor, o anonimato das redes sociais digitais facilita as relações fluídas, para utilizar o conceito de Bauman (2001), o que desencoraja a criação de um ambiente favorável ao capital social, que necessita confiança, compromisso e reciprocidade para florescer.

A precibilidade do capital social é mencionada por Granovetter (1985), assim como a existência de laços interpessoais fortes e fracos nas redes sociais (GRANOVETTER, 1973) e a força dos laços é uma combinação de disponibilidade de tempo, intensidade emocional, intimidade entre os envolvidos e a reciprocidade, itens que são mutuamente dependentes dos relacionamentos existentes.

Coleman (1990) retoma a explicação de que o capital social depende das redes para funcionar, e estas podem ser redes sociais funcionando em espaço fechado, como associações e igrejas; ou organizações sociais com objetivos específicos, como as ONGs. Essas redes são densas e facilitam as relações intergrupais baseadas em normas, além de destacar a educação como contexto para a existência do capital social. Para ele, o capital social funciona como um facilitador para a ação dos atores individuais ou coletivos.

Putnam (2000) menciona a coordenação das ações coletivas como importante para a construção do capital social e trabalha a perspectiva das ações intergrupais. Em seus estudos, ele acusa que a menor participação da sociedade nas atividades comunitárias seja o motivo para a diminuição do capital social, assim como aponta que em um mesmo país (1993), o capital social pode ser diferente nas regiões geográficas distintas, dado que possuem sociedades, economias e contextos culturais diversos, sendo que o desenvolvimento econômico e social foi maior nas regiões onde se constatavam maior disponibilidade de capital social.

De acordo com Fukuyama (1999), capital social é a habilidade das pessoas trabalharem unidas para atingir um objetivo comum. Para ele, o capital social é uma norma informal que promove a cooperação entre as pessoas, baseada em relacionamento, reciprocidade e cooperação. Destacamos que ele apresenta uma fórmula para contabilizar o capital social de um determinado grupo, além de mencionar a educação como fundamental para o aumento do capital social.

Para Lin (1999), o capital social é propriedade de quem o detém, sendo maior ou menor em determinados grupos. Partindo da premissa que os investimentos nas relações sociais pressupõem alguma forma de retorno, então o indivíduo investe nos relacionamentos e redes para obter benefícios.

No foco de Burt (2001), o capital social é uma espécie de mercado, em que as pessoas podem trocar ideias e bens na busca de seus interesses. Esse capital social é criado por uma rede fortemente entrelaçada de pessoas e grupos, que tendem a acumular esse tipo de capital conforme sua atuação e habilidades. Para ele, existem lacunas estruturais, que seriam as conexões mais fracas entre os grupos, o que significa

que as redes detentoras do capital social têm seus objetivos próprios e estas redes podem estar integradas entre elas ou não.

Segundo Matos (2009, p. 38), a pesquisa sobre capital social trata dos seguintes sujeitos e temas “família; comportamento juvenil; escolarização e educação; vida comunitária virtual e cívica; trabalho e organização; democracia e qualidade do governo; ação coletiva; saúde pública e meio ambiente; delinquência e violência; desenvolvimento econômico”, e nessa pesquisa tratamos da convergência entre vida comunitária e saúde pública.

A abordagem comunitária do capital social, segundo Woolcock e Narayan (2000) traz o conceito de capital social para dentro da comunidade, ao alocá-lo dentro de associações que tenham por objetivo o bem-estar da comunidade. Para os autores, a vulnerabilidade econômica define essa abordagem. Junto a esta se encontra a abordagem das redes, que conta com laços fortes e fracos, horizontais e verticais, e abertos e fechados. Essas duas abordagens encontram-se em nosso objeto de estudo. Matos (2009, p. 46) define que “o capital social pressupõe a existência de laços de dependência recíproca: laços intensos, personalizados, carregados de emoção; ou laços fracos, funcionais, ainda que duráveis, reconhecidos e respeitados”, ou seja, os laços fortes são vínculos constantes e íntimos, enquanto os fracos são ocasionais.

O capital social possui algumas características marcantes: confiança e respeito entre os membros; fluxos de informação; normas internalizadas; reconhecimento; reciprocidade; redes sociais; ganhos positivos para os membros de um grupo; reputação (BAQUERO, BAQUERO, 2011; COLEMAN, 1990; FUKUYAMA, 1999; GRANOVETTER, 1985; PUTNAM, 2000). Para Putnam (2000), as redes sociais promovem as relações sociais interdependentes e interativas, sendo que com o aumento do individualismo, ocorre o declínio do capital social.

“O capital social é visto como componente da ação coletiva, ativando e, ao mesmo tempo, sendo produzido por relações e vínculos nas redes sociais” (MATOS, 2011, p. 53), dessa maneira, podemos entender que a rede de atenção à saúde é composta por essas redes de ligações e por interesses comuns.

O otimismo surge quando Baquero e Baquero (2011, p. 234) afirmam que o “capital social e empoderamento têm assumido papel central nos debates contemporâneos sobre a construção de uma nova cidadania na América Latina”, entretanto, as diferenças regionais e sociais dificultam o surgimento do capital social em todas as localidades.

Durkheim (1989) apresenta o fato social como parte inerente da sociedade e externo ao homem; esses fatos sociais são internalizados pelas pessoas durante seu

processo de sociabilização, criando uma espécie de consciência coletiva que molda as ideias, valores e crenças de uma sociedade. Esses fatos sociais conformarão a ação social de um grupo, ao qual Higgins (2005, p. 168-169) assinala que existem diversos modelos de ação social, a saber: ação teleológica; ação estratégica; ação regulada por normas; ação dramática; e ação comunicativa. Com base nos estudos do autor, explicaremos brevemente esses modelos de ação social.

A ação teleológica é aquela na qual o ator social produz um estado desejado, utilizando os meios adequados, com o objetivo de atingir um fim previamente estipulado, pois a teleologia é o estudo dos fins, dos propósitos ou dos objetivos. A ação estratégica é a que o ator com o auxílio de outros atores que desejam atingir objetivos semelhantes. Do ponto de vista utilitarista, ele calcula a maximização da utilidade para realizar seus alvos e a Teoria dos Jogos é utilizada para essa consecução. Já a ação regulada por normas é oriunda do grupo social, e nela os membros do grupo orientam sua ação por valores comuns e esperam que os demais membros sigam as mesmas normas. Na ação dramática, que representa o que os atores sociais constituem uns para os outros, o elemento subjetividade está presente nas interações. A ação comunicativa refere-se à interação entre minimamente dois atores em uma relação interpessoal, e para que esta aconteça, a existência de uma linguagem, um código comum, é condição elementar.

Matos (2009, p. 35) apresenta o capital social como “componente da ação coletiva, ativando as redes sociais”, em diálogo com o conceito de comunicação pública e participação popular proposto pela autora, e

a ideia de capital social parte da constatação óbvia que as nossas relações interpessoais contam, que a forma de nos associarmos, com quem, onde e para quê, tem uma influência decisiva na nossa vida, na vida da nossa comunidade e de forma agregada na nossa sociedade. Intuitivamente percebemos que uma sociedade atomizada, em que as pessoas estão afastadas umas das outras em que não comunicam nem se agregam, não pode funcionar tão bem como outra sociedade em que os cidadãos desenvolvem laços comunitários, participam na vida pública, e se associam para os mais diversos fins desde os desportivos e recreativos, aos sindicais e políticos (ALMEIDA, 2012, p. 4).

Entretanto, o envolvimento do indivíduo com a sociedade, está declinando de acordo com Putnam (2000, p. 47), ao passo que atitudes individuais, como escrever cartas para veículos ou organizações, é uma atitude que está aumentando, pois não demanda uma socialização, que poderia provocar questionamentos e discussões. Com o advento das redes sociais digitais, ao mesmo passo que cresceu a difusão de informações, verídicas ou não, também majorou a intolerância aos pontos de vistas

diferentes. Putnam ainda menciona a alienação do público em relação à política, que talvez possa ser causada pela diminuição na confiança em relação a essa atividade. Para D'Araujo (2003, p. 5), “boas sociedades ajudam a produzir boas instituições”, tanto ao prover de pessoas idôneas quanto ao cobrar resultados que promovam a igualdade, e novamente aqui nos deparamos com a intersecção dos conceitos de capital social e comunicação pública.

A saúde pública é um dos campos em que a influência do capital social pode ser analisada, como, por exemplo, nas Conferências Nacionais de Saúde que originaram o SUS, podendo essa ser caracterizada como uma modalidade de participação política por parte da sociedade que não seja apenas o voto direto.

O crescimento no número de voluntários não é uma confirmação da existência do capital social, pois, de acordo com Putnam (2000, p. 57), este pode estar envolvido em uma atividade pontual ou ser uma questão solidária, como nos casos de desastres naturais. Para criar capital social, o envolvimento deve ser ativo nos assuntos comunitários. Putnam (*idem*, p. 134) acrescenta que pessoas com maior renda e nível educacional mais elevado tendem a se voluntariar mais em causas altruístas, ao mesmo tempo em que as pessoas que receberam ajuda tendem a ajudar os demais, mostrando um efeito dual de ação. A participação voluntária também pode ser entendida como uma resposta à ausência do governo em certas áreas, bem como o desencanto com a atividade política, mas esses dados não são confirmados. Por outro lado, o autor disserta sobre a possibilidade de que a própria ação propositiva do governo em algumas áreas sociais tenha provocado o recrudescimento do capital social, bem como o próprio sistema capitalista, com sua pressão por tempo e dinheiro, disponibilidade de transporte e entretenimento eletrônico doméstico serem alguns dos motivos para essa diminuição.

Caillé (2011) diferencia as sociedades que possuem culturas de confiança ou de desconfiança, características intrínsecas para a construção do capital social, ao mesmo tempo em que discute o uso da própria palavra “capital” por sua “interpretação de tipo utilitarista” (*idem*, p. 26), que pode permitir uma interpretação equivocada no sentido monetário do termo.

Putnam (2000), D'Araujo (2003), Higgins (2005) e J. Almeida (2012) denunciam os usos negativos do capital social como uso contraditório do conceito, como máfia, gangues e demais associações criminosas, em que o capital social é utilizado de modo a lesar a comunidade em detrimento do ganho de poucas pessoas, utilizando meios ilícitos. Esse uso não pertence ao nosso objeto de estudo, pois, nas palavras de D'Araujo (2003, p. 5), “a ideia de capital social aqui adotada tem a ver com a capacidade de

cooperar e de confiar para a produção do bem público, e não para a depredação social”, buscando a melhoria da comunidade e não seus danos.

Cremonese (2006) denomina de “males de origem” algumas características identitárias brasileiras como clientelismo, populismo, dependência e o insolidarismo, entre outras de sentidos negativos, como empecilhos à consolidação de capital social no Brasil. Concorda com o autor acima citado Peruzzo (2011, p. 151) ao afirmar que “no Brasil a cidadania existe, mas não para todos”. A criação de um capital social humanizado dentro do SUS é dificultada por esses fatores, bem como por inexistir ambiente de trabalho humanizado, tanto físico quanto material.

Mumby (2010) descreve essa violência simbólica dentro das organizações como “as formas institucionais [que] criam sistemas de diferenças” e infere que a desumanização pode ter várias origens, como ambientes de trabalho inadequados ou assédios de diferentes formas e

compreender como os trabalhadores em saúde efetivamente lidam, a um só tempo, com as necessidades de prestação de serviços, com as exigências do trabalho e com o sofrimento por eles vividos requer que o olhar se volte para os processos que norteiam as interações entre esses trabalhadores. O deslocamento do olhar para o âmbito das interações sociais cotidianas iluminará o contínuo fazer-refazer, planejar-replanejar a que se dedicam não apenas os que são considerados gestores, mas também os diversos trabalhadores em saúde (LACAZ; SATO, 2006, p. 120).

Podemos constatar em uma rápida visita aos locais de atendimento do SUS todos estes problemas: a falta de instalações e equipamentos adequados, o despreparo dos profissionais, a demora no atendimento aos pacientes, o subfinanciamento do setor, enfim, situações que necessitam de muitas políticas públicas remodeladas.

Resultados preliminares

Após a entrada no doutorado do PPGCOM-ECA-USP, já foram publicados diversos artigos em livros, congressos e revistas nacionais e estrangeiras sobre os temas dessa pesquisa, além de ter sido convidada para ministrar palestras e oferecer minicurso sobre o tema em congresso.

A qualificação foi bem sucedida e a tese foi entregue dentro do prazo estabelecido pelas diretrizes do programa.

Referências

ALMEIDA, Jorge. **O essencial sobre o capital social**. Lisboa: Leya, 2012.

BAQUERO, Marcello; BAQUERO, Rute. *Capital social e empoderamento como construtores de cidadania plena em sociedades em desenvolvimento*. In: MARQUES, Ângela; MATOS, Heloiza (orgs.). **Comunicação e política: capital social, reconhecimento e deliberação pública**. São Paulo: Summus, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

_____. *Capital social: notas provisórias*. In: **Actes de la recherche en sciences Sociales**. Paris, n. 31, janeiro de 1980. Disponível em <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=1577870>. Acesso em 3 de março de 2014.

BURT, Ronald. *Structural holes versus network closure as social capital*. In: LIN, Nan; COOK, Karen; BURT, Ronald. **Social capital: theory and research**. Nova York: Aldine de Gruyter, 2001.

CAILLÉ, Alain. *Capital social, reconhecimento e dádiva*. In: MARQUES, Ângela; MATOS, Heloiza (orgs.). **Comunicação e política: capital social, reconhecimento e deliberação política**. São Paulo: Summus, 2011.

COLEMAN, James. **Foundations of social theory**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1990. Disponível em <https://sisphd.wikispaces.com/file/view/Coleman-Foundations+of+Social+Theory-ch+12.PDF>. Acesso em 3 de abril de 2014.

D'ARAUJO, Maria Celina. **Capital social**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CREMONESE, Dejalma. *Insolidarismo e cordialidade: uma análise das mazelas políticas do Brasil*. In: BAQUERO, Marcello e CREMONESE, Dejalma. **Capital social: teoria e prática**. Ijuí: Unijuí, 2006.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares de vida religiosa**. São Paulo: Paulinas, 1989.

FUKUYAMA, Francis. *Social capital and civil society*. In: **IMF Conference on Second Generation Reforms**. The Institute of Public Policy. George Mason University, Outubro de 1999. Disponível em <https://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>. Acesso em 14 de setembro de 2016.

GRANOVETTER, Mark. *Economic action and social structure: the problem of embeddedness*. In: **American Journal of Sociology**. Volume 91, Issue 3, Novembro de 1985. Disponível em https://sociology.stanford.edu/sites/default/files/publications/economic_action_and_social_structure.pdf. Acesso em 22 de setembro de 2016.

_____. *The strength of weak ties*. In: **American Journal of Sociology**. Volume 78, Issue 6, May., 1973. p. 1360-1380. Disponível em https://sociology.stanford.edu/sites/default/files/publications/the_strength_of_weak_ties_and_exch_w-gans.pdf. Acesso em 22 de setembro de 2016.

HIGGINS, Silvio. **Fundamentos teóricos do capital social**. Chapecó: Argos, 2005.

HANIFAN, Lyda. *The Rural School Community Center*. In: **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Vol. 67, New Possibilities in Education. Setembro de 1916. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/pdf/1013498.pdf>. Acesso em 5 de março de 2014.

LACAZ, Francisco; SATO, Leny. *Humanização e qualidade do processo de trabalho em saúde*. In: DESLANDES, Suely (org.). **Humanização dos cuidados em saúde: conceitos, dilemas e práticas**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006.

LIN, Nan. *Building a network theory of social capital*. In: **Connections**. 22(1): 28-51. S/l, 1999. Disponível em <http://www.insna.org/PDF/Keynote/1999.pdf>. Acesso em 18 de dezembro de 2016.

MATOS, Heloiza. **Capital social e comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

_____. *O declínio do capital social e comunicacional na terceira idade e a ausência de reconhecimento de idosos*. In: MARQUES, Ângela; MATOS, Heloiza (orgs.). **Comunicação e política**: capital social, reconhecimento e deliberação política. São Paulo: Summus, 2011.

_____. *Comunicação pública, esfera pública e capital social*. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública**: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MUMBY, Dennis. *Reflexões críticas sobre comunicação e humanização nas organizações*. In: KUNSCH, Margarida (org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

PERUZZO, Cicilia. *Movimentos, sociais, cidadania e o direito à comunicação comunitária nas políticas públicas*. In: MARQUES, Angela; MATOS, Heloiza (orgs.). **Comunicação e política**: capital social, reconhecimento e deliberação pública. São Paulo: Summus, 2011.

PUTNAM, Robert. **Making democracy work**: civic traditions in modern Italy. New Jersey: Princeton University Press, 1993.

_____. **Bowling alone**: the collapse and revival of american community. Nova York: Simon & Schuster, 2000.

WOOLCOCK, Michael; NARAYAN, Deepa. *Social capital: implications for development theory, research, and policy*. In: **The World Bank Research Observer**; Agosto de 2000. pp. 225-249. Disponível em http://158.121.110.113/~pubpol/documents/Woolcock-Week11_001.pdf. Acesso em 25 de outubro de 2016.

O novo protagonismo cultural: um breve panorama da relação entre coletivos e políticas públicas em São Paulo

Taiguara Belo de Oliveira*

Resumo: O trabalho investiga os novos vínculos que políticas culturais de matriz antropológica estabeleceram entre cultura, engajamento político e trabalho no cenário paulistano contemporâneo. A pesquisa serve-se da análise de documentos oficiais e da observação dos espaços de organização dos coletivos culturais que orbitam em torno de dois programas municipais, o Fomento ao Teatro e o Fomento às Periferias, em que princípios da forma-empresa parecem coincidir com aspirações por autonomia.

Palavras-chave: Políticas culturais. Engajamento cultural. Trabalho cultural.

Introdução

A mobilização de uma nova constelação de coletivos culturais vem se multiplicando nos grandes centros urbanos. Particularmente em São Paulo, essas práticas se desdobram em hábitos de participação democrática, bem como instâncias associativas de reflexão, organização e atuação coletiva. O novo “protagonismo cultural”, como chamamos, ancora seu discurso na crítica das hierarquias que vige nas empresas e na burocracia estatal, direcionando esforços para fazer do coletivo um espaço de experimentação de novas relações de produção.

De modo geral, em seus fazeres diários, estes agentes coletivos também demonstram enfatizar aquilo que podemos chamar de *dimensão processual*, isto é, procuram ir além da concepção que toma a arte e a cultura como meros produtos ou eventos acabados, para estabelecer relações de novo tipo, mais perenes e orgânicas, entre públicos e artistas, de modo a não separar os acúmulos estéticos das sinergias sociais que é possível criar com a comunidade do entorno. Trata-se de uma militância cultural que se exerce em busca de um relacionamento mais íntimo com a experiência

* Bacharel em Ciências Sociais pela UNESP, mestre em Sociologia Política pela UFSC, doutorando em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. E-mail: taiguara_oliveira @usp.br

cotidiana, manifesta não apenas no tratamento de problemáticas sociais locais e nos diferentes tratamentos estéticos que os grupos dão a ela, mas sobretudo na interação prática que procura cultivar com outros agentes coletivos e demandas que permeiam a história dos bairros em que estão envolvidos.

Por isso, é possível dizer que o novo protagonismo cultural de que tratamos reativa a perspectiva de devolver ao trabalho com cultura a sua função social, postura que exige forte engajamento político e comprometimento pessoal para mobilizar parcerias com outras organizações e entidades e agentes que interajam com temáticas da vida cotidiana dos públicos e/ou territórios onde atuam estes protagonistas. Estas são premissas, em que pesem diferentes tendências e nuances internas de entendimento, que fundamentam, organizam e dão legitimidade a este cenário em particular.

Cultura como “alavanca” de desenvolvimento

De outra parte, é prudente observar que a expansão das atividades culturais nas últimas décadas acompanha medidas relacionadas à redução de investimentos estatais nas áreas sociais, oferecendo-se como sucedâneo do *welfare* em assuntos que dizem respeito à falta de serviços essenciais e cuidados com a população (MORINI; FUMAGALLI, 2010) e à crise de legitimidade do Estado (YÚDICE, 2013), de modo que a reconfiguração militância cultural guarda correspondências com as modulações estratégicas operadas por organismos multilaterais, particularmente a UNESCO, que desde os anos 70 gestavam também uma nova agenda amparada na acepção ampliada de cultura.

Segundo a nova concepção, que seria consagrada na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais de 1982, no México, as práticas culturais a serem estimuladas deveriam abranger

(...) o conjunto dos traços distintivos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade e um grupo social. Ela engloba, além das artes e das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças (UNESCO, 1982).

Tal formulação pode ser entendida como o ponto de chegada de um movimento teórico-conceitual, iniciado nas altas cúpulas transnacionais desde ao menos o início da década de 1970, perante o qual a política pública, compreendida como *oportunidade de acesso* à alta cultura, é duramente questionada em seus fundamentos, uma vez que o modelo até então implementado supunha a mera “aceitação pelo público de um produto

cultural terminado”, subestimando participação ativa da comunidade no acontecimento artístico (UNESCO, 1975). Propõe-se, com essa modulação conceitual, que às autoridades fique reservado o papel de ofertar meios necessários para que as formas espontâneas de vida floresçam por si, e não provê-las com algo do qual supostamente careçam.

Com igual espírito foi pensada a necessidade de *descentralização administrativa* dos assuntos culturais, de modo que elementos tradicionais com práticas comunitárias enraizadas e difusas pelo tecido social da população atendida, geralmente nações em subdesenvolvimento, até então vistos como entraves à modernização política, tecnológica, cultural e econômica de um país, passavam a ser valorizados como “uma oportunidade de reunir patrimônios diversos para enriquecer a cultura nacional” (UNESCO, 1975). Em conjunto, essas mudanças na abordagem da questão cultural sinalizam que cultura, cada vez mais, passa a ser pensada como um ingrediente indispensável do desenvolvimento.

Ocorre, contudo, que, no mesmo movimento em que a nova definição é coroada pela Declaração do México, no início dos anos 1980, e ratificada por uma série de documentos das décadas seguintes¹, uma nova perspectiva de atuação também ganha maturidade entre outras entidades multilaterais, como o Banco Mundial, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Fundo Monetário Internacional (FMI), que à altura se esbarravam com a necessidade de redesenhar linhas de atuação voltadas para a promoção do desenvolvimento dos países periféricos. Em conformidade com a abrangência adquirida pela nova noção oficial de cultura, compreendendo processos sociais que anteparam e mesmo transcendem o campo especializado das artes, ganha corpo, por sua vez, uma nova acepção de desenvolvimento que, liberta do ideário progressista da era industrial, também avança para a incorporação de aspectos imateriais como a criatividade, nível educacional, liberdades política, econômica e social, respeito aos direitos humanos etc.

Segundo o estudo de Tatiana Maranhão (2009), um aceno nesse sentido já podia ser observado no Banco Mundial na década de 1980, embora como voz minoritária, quando o foco de suas atuações restringia-se aos planos de austeridade fiscal, privatização e liberalização econômica. Mas é na década seguinte, ao fortalecer internamente uma

1 Entre eles, a *Conferência de Estocolmo* (1998) propôs o alargamento da definição de patrimônio cultural, que passaria a compreender “todos os elementos naturais e culturais, tangíveis e intangíveis, que são herdados ou criados recentemente”, incluindo não apenas edifícios, sítios ou obras artísticas, mas igualmente a paisagem cultural, o patrimônio industrial, o turismo e a tradição oral. (UNESCO, 1998, p. 17); e a *Declaração universal sobre a diversidade cultural* (UNESCO, 2002), que retoma e busca aprofundar a mesma definição..

perspectiva crítica à noção economicista de desenvolvimento, que os modos de vida das populações-alvo passam a ser objeto preferencial das ações do órgão.

Logo, ancorados na conceituação “holística” de Amartya Sen, esforços de desenvolvimento combinados com os da Nações Unidas passam a ter igualmente como meta a transformação não mais de setores compartimentados e específicos, mas de todo o ambiente social; o que nos permite dizer que cultura e desenvolvimento caminham para uma justaposição.

Emblemática da virada, e em muitos aspectos pioneira na aplicação de preceitos antropológicos às políticas culturais no Brasil a nosso ver, a Lei de Fomento ao Teatro de São Paulo foi promulgada em janeiro de 2002 com o objetivo de “apoiar a manutenção e criação de projetos de trabalho continuado de pesquisa e produção” (SÃO PAULO, 2002). Por enfatizar mais o processo do que o resultado, o programa é considerado um modelo alternativo às leis de renúncia fiscal que se restringiam à “política de eventos”. Radicalizando essa perspectiva, o Fomento às Periferias, implementado 14 anos depois, evidencia seu cunho social nos objetivos e no recorte populacional: “projetos e ações culturais propostos por coletivos artísticos e culturais em distritos ou bolsões com altos índices de vulnerabilidade social, especialmente nas áreas periféricas do Município” (SÃO PAULO, 2016). Em comum, um novo conceito de cultura que confere centralidade a valores, conhecimentos e fazeres ordinários, secundarizados pelos modelos anteriores.

Sinteticamente, então, é plausível afirmar que, alinhados com a superação da velha noção de cultura, que se restringia ao aprimoramento de linguagens artísticas, “os novos sujeitos culturais” procedem a práticas que compartilham sentidos, valores e ressignificam espaços onde vivem e convivem. Em face disso, a investigação se dedicou a verificar em que medida essas práticas apontam para uma ruptura com a forma social dada, compondo as bases de novas relações de produção e reprodução da vida, como aventam alguns protagonistas e pesquisadores da cena (MATE, 2012) e, em contrapartida, em que medida os coletivos podem ser instrumentalizados enquanto meros operadores das novas estratégias de desenvolvimento.

Ambiguidades do trabalho e do ativismo cultural: práticas e teorias

Pensar o sentido das práticas culturais neste contexto significa reconhecer as vicissitudes que a atravessam e situá-la num verdadeiro campo de tensão. Debate que nas últimas décadas ganha fôlego: de um lado, abordagens que enfatizam no fazer cultural aspectos que acentuariam a autonomia dos produtores (HARDT, NEGRI, 2005,

2010; MOULIER-BOUTANG, 2001); de outro, as que detectam características que o aproximariam muito mais de modalidades precarizadas e superexploradas de trabalho (MENGER, 2005; BOLTANSKY, CHIAPELLO, 2009; LAVAL; DARDOT, 2013).

Estaríamos diante de uma atividade que transcorre dentro de condições “alienadas” no sentido marxista do termo, na medida em que seus agentes estão submetidos a controles externos? Ou seria este uma atividade promissora no sentido de potencializar a busca por autonomia, uma vez que eclodiriam como frutos das “redes independentes de colaboração”, como, por exemplo, sustentam as teses do “trabalho imaterial”?

O sociólogo francês André Gorz, como se sabe, foi um dos mais importantes precursores dessa interpretação. Em *Adeus ao proletariado* (1980), inspirado na conhecida oposição que Marx fizera entre o *reino da liberdade* e o *reino da necessidade*, Gorz partiu da contraposição entre *autonomia* e *heteronomia* para sublinhar a centralidade estratégica da luta pela redução da jornada com vistas ao alargamento paulatino dos espaços de atividades autogeridas, regidas pelo princípio da liberdade, em detrimento dos momentos de trabalho, submetidos ao reino da necessidade. A “revolução microeletrônica”, segundo ele, estaria conduzindo à progressiva eliminação daquele tipo de trabalho em que o homem lidava diretamente com a matéria e, com isso, inaugurando a possibilidade de que o aumento do “tempo disponível” se tornasse a nova e verdadeira medida da riqueza. Disso decorre que não apenas a importância do trabalho como força produtiva se veria em declínio, mas que a própria centralidade política, em outro momento pertencente a uma única classe produtora, passaria a ser ocupada pelo conjunto da sociedade, posto que a produção do valor tenderá a depender, cada vez mais, do próprio processo de interação social, da criatividade social tomada em seu conjunto (SILVA, 2014, p. 109).

Para Hardt e Negri (2010), através de quem o conceito de trabalho imaterial mais se faz presente nos debates contemporâneos, características associáveis à atividade cultural estariam, desde o início dos anos 1970, no centro de uma transição para o novo paradigma econômico, “pós-industrial”, fenômeno explicitado pela informatização e a alteração substancial da estrutura de empregos. A mudança na qualidade e na natureza do trabalho seria evidente na importância adquirida pelo setor de serviços, onde as trocas constantes de informações e conhecimentos seriam ainda mais intensas e profícuas, embora se fizesse também notar no próprio modelo da produção fabril.

A constatação os leva a retomar o conceito de trabalho imaterial para designar aquelas atividades que não resultavam em um bem material durável, trabalhos cujo produto final consiste num “bem imaterial, como serviço, produto cultural, conhecimento

ou comunicação” (HARDT; NEGRI, 2010, p. 311). A grande diferença, destacada por Hardt e Negri (2010, pp. 314-315), é que “o aspecto cooperativo do trabalho imaterial não é imposto e organizado de fora, como ocorria em formas anteriores de trabalho, *mas a cooperação é totalmente imanente à própria atividade laboral*”. Para eles, isso poria em xeque a própria noção clássica pela qual a força de trabalho é concebida como “capital variável”, ou seja, “uma força ativada e tornada coerente apenas pelo capital”. Essa “interatividade cooperativa”, sob hegemonia do trabalho imaterial, não dependeria mais da função orquestradora do capital na produção.

Apesar de inúmeras possibilidades de hierarquização e fragmentação interna, mediante a “produção de redes linguísticas, de comunicação e afetivas”, todos contribuiriam para a criação de riqueza social, de modo que, progressivamente, novos segmentos sociais tenderiam a ser diretamente incluídos na atividade produtiva. Os autores põem, assim, em relevo o potencial transformador do trabalho imaterial, cuja expansão levaria a que suas qualidades se ramificassem por todas as circunstâncias da vida, incidindo seus efeitos não apenas no ambiente econômico, mas atuando na “reprodução geral da sociedade como um todo”.

Com isso, Hardt e Negri acabaram contribuindo para que uma nova constelação de autores exagerasse o potencial libertador de nossa época, pois, como anunciavam suas teses, a dimensão biopolítica do novo paradigma produtivo tenderia a inventar incessantemente “redes independentes de colaboração” (HARDT; NEGRI, 2005, p. 101), as quais escapariam aos mecanismos de comando capitalista.²

No entanto, um olhar mais de perto sobre projetos, instâncias de decisão coletiva, debates, documentos e práticas de fato ocorrem no cenário cultural examinado impede que as examinemos à luz de tais teses sem alguma problematização. A pesquisa realizada sobre o fazer dos coletivos culturais paulistanos contemporâneos indica que, ao conseguir acessar as pequenas redes de solidariedade das classes populares, as políticas culturais de matriz antropológica institucionalizaram o sentido político dos coletivos, neutralizando suas potencialidades contestatórias. Esse processo converteu experimentação de novas sociabilidades, a princípio independentes, em bases difusas dos novos dispositivos de controle social, como recomendavam desde há muito as altas esferas de governança mundial.

2 Como sintetizou Moulier-Boutang (2001, p. 35), afinado com essa leitura, a emergência do trabalho imaterial proporcionaria: “a) o caráter cada vez mais público ou coletivo destes bens informação; b) o fim do monopólio de detenção de dados como bens de produção e instrumento de trabalho pelo capital”.

Primeiramente, observar-se que muitas são as consequências que a abrangência social adquirida pelo que chamamos de forma-edital, modelo de financiamento que se tornou predominante nesse cenário na última década, e que institui o concurso (a concorrência) entre os coletivos como forma de selecionar os projetos que serão subvencionados a cada edição de um dado programa. Mediante a forma-edital o fazer artístico sofre mutilações, na medida em que fica submetido a regras, critérios e metas para apresentação e execução de propostas que corrompem o conteúdo da prática. No caso do Fomento ao Teatro, cuja longevidade permite que já se acumulem insatisfações nesse sentido, apesar de ser conhecido pelas relativas simplificações quanto às exigências protocolares da inscrição, que não estipula formatos ou formulários específicos, certos requisitos contratuais são colocados para que os projetos sejam submetidos ao concurso pela primeira vez ou consigam renovar a sua seleção em edições subsequentes. Mas abundam informações de que reclamações desta ordem reproduzem em outros programas públicos, inclusive de escala nacional (LIMA; ORTELLADO, 2014).

A própria noção de projeto pressupõe, dentro disso, uma série de expedientes constrangedores ao fazer cultural: a descrição antecipada dos resultados que as ações visam proporcionar, o que as limita em diversos aspectos; esquematização das condições do ato criativo; antecipação de conceitos, leituras, ante a necessidade de justificar as propostas; adequação das ideias e experiências que são, por sua natureza, inestimáveis, propositalmente imprecisas, em conformidade com a oferta de recursos e os objetivos do edital; delimitação prévia de lugares, sensações e linguagens que podem ser exploradas etc. É então de se supor que o espírito de contestação que eventualmente esteja contido em uma intenção cultural fique ajustado ao que está dado, a um princípio jurídico-formal que não admite improvisos.

A isso se acrescentam os indícios, também encontrados, de que os saberes e práticas acumulados ao longo do tempo, memórias coletivas e mesmo as relações urdidas pela militância cultural – não somente aquelas do mundo virtual, com o qual a maioria das abordagens compreensivelmente se ocupam, mas as originadas na lida diária sobre os territórios e circuitos urbanos – sofrem algo semelhante a um processo de *comoditização* quando enquadrados em certos esquemas de retribuição monetária, dentro dos quais tudo aquilo que se vive ou realiza é passível de ser acionado como uma vantagem competitiva ou, no limite, um objeto de troca; ainda que o que esteja sendo trocado não seja um trabalho mensurável em termos de tempo de trabalho homogêneo, “mas a própria subjetividade, em suas dimensões experiencial, relacional e criativa. A própria potencialidade do sujeito” (MORINI; FUMAGALLI, 2010, 236). Nesse ponto, os

atributos de merecimento insinuados na proposta de um coletivo, quando do pleito de uma subvenção, vão além da demonstração de sua capacidade de produzir os benefícios sociais já aludidos anteriormente, e incluem desde comprovada inteligibilidade do terreno social, passando por habilidades adquiridas com a organização e mobilização de públicos, em espaços participativos, cooperação com outras entidades coletivas e até experiências pessoais.

A título de mera ilustração, muitos são os casos de projetos que dedicam enormes esforços na apresentação do portfólio do grupo: cópias de *banners*, matérias de jornal, *print* de sites, perfis de redes sociais são anexados de modo a oferecer comprovantes de anterioridade das ações, parcerias e articulações locais que cada grupo cultiva em seu espaço de atuação e, com isso, aumentar sua reputação e as chances de obter o subsídio, configurando um quadro em que tais atributos são mobilizados como vantagens competitivas em meio ao ambiente concorrencial dos editais.

Conclusão

Ao conseguirem acessar as pequenas redes de solidariedade e no associativismo cultural das classes populares, as políticas culturais de matriz antropológica institucionalizaram o sentido político dos coletivos culturais, dirimindo suas potencialidades contestatórias. Baseados no modelo de seleção por edital acabaram por fazer vigorar uma outra modalidade de cooperação os coletivos do novo protagonismo cultural, uma vez que permitiram que os mecanismos de mercado pudessem ser ativados como reguladores gerais de seus comportamentos. Sob tais circunstâncias, o consórcio das forças neles contidas se dá mais pela via da concorrência generalizada do que a da colaboração; potencialidades que não se dispersam apenas pela ação coordenadora do agente financiador e seu poder de atrair trabalhadores culturais despossuídos de meios através da oferta regulada dos subsídios.

A explosão de novos coletivos e subjetividades, permitida pelas novas políticas culturais, nesse sentido, se confunde com a multiplicação de unidades competitivas que caracteriza as estratégias de controle da ordem neoliberal. Ao facilitar a instalação dos ambientes de mercado em práticas corriqueiras, ordinárias, da população da cidade, a proliferação da forma-edital centrada em mecanismos de financiamento direto removeu os entraves de acesso da ordem competitiva àqueles poucos e pequenos espaços espontâneos do fazer artístico-cultural que ainda existiam, tragando-os para dentro lógica sistêmica.

Referências

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

HARDT, M.; NEGRI, A. **Multidão**. Rio de Janeiro. Editora Record, 2005.

_____. **Império**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

LAVAL, C; DARDOT, P. **La nueva razón del mundo**. Barcelona: Gedisa, 2013;

LIMA, L. P. B.; ORTELLADO, P. *Desafios jurídicos e administrativos da política cultural comunitária: um estudo dos pontos de cultura no Estado de São Paulo*. **Políticas Culturais em Revista**, n. 2 (7), 2014.

MARANHÃO, T. A. **Governança mundial e pobreza: do Consenso de Washington ao consenso das oportunidades**. São Paulo, 2009. Tese de doutorado – FFLCH/USP.

MOULIER-BOUTANG, Y. *Riqueza, propriedade, liberdade e renda no capitalismo cognitivo*. **Lugar Comum**, Rio de Janeiro, 2001.

MATE, A. *O teatro de grupo na cidade de São Paulo e a criação de espetáculos (na condição de experimentos) estéticos sociais*. **Revista Baleia na Rede - Estudos em arte e sociedade**, Marília, v. 1, n. 1, 2012.

MENGER, P. **Retrato do artista enquanto trabalhador**. Lisboa: Roma Editora, 2005.

MORINI, C; FUMAGALLI, A. *Life put to work: towards a Life Theory of Value*. **Ephemera: theory & politics in organization**. v. 10 (3/4), 2010.

SÃO PAULO (Município). **Legislação Municipal**. Lei nº 13.279, de 8 de janeiro de 2002.

_____. **Legislação Municipal**. Lei nº 16.496, de 20 de junho de 2016.

SILVA, J. P. *Tempo de trabalho e imaterialidade na teoria social de André Gorz*. **Caderno CRH**. Salvador, v. 27, n. 70, janeiro/abril, 2014.

_____. **Legislação Municipal.** Lei nº 16.496, de 20 de julho de 2016.

UNESCO. **Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en Africa.** Accra: UNESCO, 1975.

_____. *Declaração do México sobre Políticas Culturais da Cidade.* **Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais.** Cidade do México, 28 de julho a 6 de agosto de 1982.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

A Educomunicação na prática pedagógica católica no Brasil

*Maurício Nascimento Cruz Filho**

Resumo: A Educomunicação é um campo emergente na produção do conhecimento científico, possuindo, hoje, seis ciclos de atuação denominados áreas de intervenção. Dessas áreas, destaca-se neste *paper* a “Pedagogia da Comunicação”, a partir da qual serão analisados os procedimentos pedagógicos da Igreja Católica na apropriação do conceito e das mediações educacionais na elaboração e atuação de suas políticas de ensino-aprendizagem desenvolvidas junto às suas instituições voltadas à educação em todo o território brasileiro.

Palavras-chave: Educomunicação. Pedagogia. Comunicação católica.

Introdução

O paradigma da Educomunicação vem ganhando significativo espaço no cenário das políticas comunicacionais nos últimos anos, tanto no Brasil, quanto na América Latina e mesmo nos países ibéricos e nos Estados Unidos, como resultado dos esforços de pesquisa e colaboratividade de inúmeros autores pontuados nessa geografia que tomaram para si a demanda de produzir conhecimento científico a partir das metodologias e técnicas de compartilhamento desse paradigma. Com a expansão de abrangência da bipolaridade Educação e Comunicação, vê-se surgir um novo campo semântico que interliga essas áreas tradicionais e seus processos políticos e pedagógico-metodológicos.

Essa expressão paradigmática dos processos educacionais atraiu a atenção da Igreja Católica e sua aproximação às metodologias propostas pela Educomunicação, o que se constitui a temática principal da pesquisa de doutorado em desenvolvimento. E, aqui, de modo especial, nosso objeto são as contribuições dessa metodologia à pedagogia católica e sua comunicação.

A Igreja Católica, como instituição secular no Brasil, possui em suas organizações vinculadas cerca de 2 mil escolas e 130 instituições de ensino superior, totalizando

* Doutorando em Comunicação e Educação pela ECA-USP. E-mail: mauriciocruzz@usp.br.

em torno de 2,5 milhões de alunos e 100 mil professores e funcionários¹ vinculados ao campo da educação. A justificativa de interesse por esse objeto comprova-se no relevo social que ele representa para a pesquisa científica no emergente campo da Educomunicação, e também para os seus tradicionais polos conceituais.

A proposta metodológica deste *paper* é que façamos uma observação dos modelos pedagógicos paradigmáticos encontrados nas perspectivas de atuação do documento da CNBB – Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, descortinando a coabitação dos modelos funcionalista e educutivo na operação da pedagogia católica frente a suas instituições de educação.

Constituem a base teórica referencial das operações deste texto especialmente as pesquisas científicas de matriz cultural e sociopolíticas latino-americanas, sobretudo, a teoria das mediações quanto ao sentido, cultura, política e recepção:

o modelo das múltiplas mediações desenvolvido por Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez tem-se mostrado ao mesmo tempo rentável, do ponto de vista operacional, e criativo em suas inúmeras sugestões para a realização das pesquisas no campo da comunicação e suas várias interfaces (GÓMEZ, 2014, p.9).

Seguindo, inclusive, os procedimentos técnicos do modelo metodológico de Lopes (2010, p. 142), promovendo o que ela chama de “integração metodológica”, num observar e analisar concomitantes.

Ampliando o espectro de sua penetração nas políticas comunicacionais, o conceito de Educomunicação ganha força no bojo das metodologias transformadoras e colaborativas que lhe permitiram surgir na década de 1960 e hoje potencializar-se na hibridização dos métodos e na criatividade de seus processos de gestão, tanto no campo educacional quanto comunicacional.

A cultura das mediações

O conceito e as metodologias da Educomunicação surgem no interior de um ambiente cultural marcado pelas novas conexões nascidas das teorias britânicas dos Estudos Culturais. Daí a necessidade de, antes de tudo, se fazer essa contextualização discursiva a partir da qual emergem as bases teóricas das mediações e, mais à frente,

¹ Conforme informações que constam no site <http://anec.org.br/associadas/>. Acesso no dia 8 de novembro de 2017.

das construções indicativas que marcarão as áreas da Educação e da Comunicação sob uma nova interface de pesquisas e práticas na América Latina, a Educomunicação.

Os Estudos Culturais têm sua formação inicial na Inglaterra, na Universidade de Birmingham, na década de 1950. Entre seus principais colaboradores estão Richard Hoggart, E. P. Thompson e Raymond Williams. As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade fomentaram as discussões iniciais, bem como suas formas culturais, instituições e práticas culturais, da mesma forma as relações com a sociedade e as mudanças sociais foram os motivos que colaboraram para a formação dessa escola de pensamento inglês (ESCOSTEGUY, s/d, p. 1).

Na América Latina, os Estudos Culturais ajudaram na formação de interpretações sociais e culturais que pensavam acerca de países e sociedades modificadas após o processo de colonização que passaram, principalmente até o século 20, como é o caso do Brasil e da Colômbia.

No campo da comunicação, o que acontece é um processo de multiplicidade de meios e de discursos diversos. Mais do que isso, como sugere Jesús Martín-Barbero, ocorre uma mudança no sentido de que a comunicação se torna não apenas uma questão de meios, mas de mediações, “questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, mas de reconhecimento” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 28). E o autor prossegue, afirmando que “um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 28). A proposta do autor é investigar sujeitos e mediações e como se dão as práticas de comunicação.

A linguagem é pensada como uma mediação, carregada de símbolos e signos. Símbolos esses que são entendidos como uma convenção, um pacto, uma aliança, que aproxima as pessoas, “é essa a textura de relações que o constituem em *ata* e ato do pacto coletivo” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 31). Dessa textura do símbolo desdobra-se uma tessitura dialógica, que se encontra na formação das subjetividades, “o eu só se torna real na reciprocidade da interlocução” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 33). Por meio da linguagem é que é possível se estabelecer uma relação de educação. As pessoas se educam mediadas pela linguagem, pelo diálogo.

A Educomunicação no contexto das mediações

A vertigem da modernidade gerou, com a velocidade de suas transformações, certa negligência às sensibilidades do indivíduo enquanto sujeito social. Na atualidade

das sociedades digitais e pós-modernas, essas sensibilidades encontram fortes expressões. “É a comunicação da educação com sua cidade-ambiente que está nos exigindo pensar a fundo o novo estatuto da mutação sociotécnica, que hoje desafia o sistema educativo ao abalar não poucas hierarquias e fronteiras na sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 141). Pensar a educação e a comunicação, portanto, implicam em pensar também no exercício da cidadania, na superação de dispositivos que excluem socialmente e em refletir a respeito de um sistema educativo que dê lugar às coletividades de se apropriarem de suas próprias culturas. Esse é, por conseguinte, o ponto de partida das práticas da Educomunicação, e também onde ela encontra intercessão com outras áreas da pesquisa científica, consolidando o lastro do seu assentamento epistemológico.

A ênfase no conceito de mediação apresentou ao pensamento latino-americano em Comunicação Social uma singularidade. Enquanto os autores envolvidos com os Estudos Culturais Britânicos investiram teoricamente na identificação das resistências e da formação de identidades, os latino-americanos dedicaram esforços no mapeamento dos modos de ação da resistência. Os ingleses identificaram a dinâmica, os latino-americanos colocaram-na em movimento. Daí que, enquanto metodologia, o modelo das múltiplas mediações desenvolvido por Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez tem-se mostrado ao mesmo tempo rentável, do ponto de vista operacional, e criativo em suas inúmeras sugestões para a realização de pesquisas no campo da comunicação e suas várias interfaces (GÓMEZ, 2014, pp. 8-9).

Emergindo nesse contexto multicultural e de mediações complexas, a Educomunicação borra os limites das áreas até então prefixadas e solidificadas da Educação e da Comunicação, trazendo uma atenção especial para o dinamismo irrefreável que a interpenetração dos dois campos passa a apresentar, intensificando suas problemáticas e qualificando esse meio-campo como uma nova interface de pesquisa científica e de práticas pedagógicas e políticas.

A multiface do campo educamunicativo acentua seu discurso inclusive sobre o sujeito da pesquisa científica e das suas práticas enquanto profissional, de modo que o educamunicador converte-se concomitantemente em “docente, consultor e pesquisador”:

O âmbito da pesquisa volta-se para o acompanhamento, análise sistemática e avaliação da gestão comunicativa de projetos e práticas educamunicativas. Dentre os objetos passíveis de atuação por parte do profissional de pesquisa destacam-se, entre outros, o fenômeno da recepção (análise

da relação mídia/audiência, em seus efeitos psicológicos e pedagógicos, com destaque para as questões relativas à denominada “classificação indicativa” dos espetáculos); o estudo da aplicação das linguagens e recursos da informação e da comunicação nas práticas de ensino, e, ainda, a questão da presença de um mediador da aprendizagem nos denominados cursos de educação à distância. O serviço de pesquisa enquadra-se no âmbito da reflexão epistemológica, responsável por manter uma constante vigilância epistemológica sobre o agir que se apresenta como educ comunicativo. O âmbito da consultoria levará o profissional ao sistema midiático, ao terceiro setor, ao mundo empresarial, sem desconsiderar o próprio sistema educativo. (SOARES, 2011, p. 61).

Todas essas habilidades que se preveem como competências do educ comunicador são referendadas pelos indicadores provenientes das sete áreas de intervenção do campo da Educomunicação, sendo elas:

- Área da Gestão da Comunicação nos espaços educativos
- Área da Educação para a Comunicação (*Media Education, Media Literacy*)
- Área da Mediação Tecnológica na prática educativa
- Área da Expressão Comunicativa através das artes
- Área da Pedagogia da Comunicação
- Área da Produção Midiática a serviço da educação
- Área da Reflexão Epistemológica sobre o campo da educomunicação

Dada a multiplicidade de suas áreas de intervenção sociopolítica, a Educomunicação traz uma metodologia que dialoga inclusive com diversas áreas adjacentes à Educação e à Comunicação, de modo que várias práticas que orbitam a interface desses campos estão contempladas como possíveis técnicas pedagógicas de projeto para o planejamento de ecossistemas educ comunicativos.

Práticas comunicacionais e pedagógicas na Igreja Católica frente à Educomunicação

O conceito educ comunicativo — e as áreas de intervenção sistematizadas pelo conhecimento científico — adentra, nos dias atuais, o âmbito católico por meio do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. Há hoje, inclusive, na pesquisa acadêmica teses e dissertações que relatam experiências e ações em organizações ligadas à Igreja que já incluem as ideias e propostas da Educomunicação.

Como casos iluminadores do conjunto desses trabalhos acadêmicos, destacamos aqui as pesquisas de mestrado de Antonia Alves (2012) e de doutorado de Helena Corazza (2016). A dissertação de mestrado de Antonia Alves (2012) mostra como o conceito de Educomunicação está presente na Rede Salesiana, a partir da análise de material didático e dos cursos promovidos pela organização para formação dos educadores. Destacamos:

A pesquisa conclui que os avanços registrados foram significativos, levando em conta a mobilização em torno do processo de reflexão e suas ressonâncias em torno das práticas verificadas tanto na produção literária - documentos sobre o conceito e sua inserção no material didático a serviço da Rede Salesiana de Escolas — quanto na mídia salesiana que circula informações sobre a difusão do conceito nas práticas salesianas ao redor do mundo. A investigação também demonstra que o conceito não está sendo imposto pelas lideranças do sistema educativo, mas construído de acordo com o entendimento que a organização vai obtendo em seu percurso reflexivo e prático. Sendo esta a primeira pesquisa que traça o percurso da Educomunicação no espaço de um sistema internacional de ensino, o trabalho apresenta elementos que podem ajudar na implementação do conceito em ambientes de redes complexas de educação formal (ALVES, 2012, p. 13).

Com os preceitos da Educomunicação em trânsito na Rede Salesiana, a pesquisa conclui que as práticas educacionais estão sendo construídas a partir da ação de diversos agentes, como estudantes, professores que, a partir da apropriação do conceito da Educomunicação, passam a atuar. A Rede Salesiana tem vínculos históricos com as dimensões artísticas e comunicativas, possibilitando que a comunicação dialógica e a gestão participativa da comunicação possam adentrar as relações do ambiente formal. Ou seja:

Reconhecemos nesses pilares uma dimensão dialógica que se articula com o campo da Educomunicação, primando pela construção de ecossistemas comunicativos capaz de levar os jovens ao protagonismo juvenil por meio da produção cultural dos instrumentos presentes na nova cultura. Um ecossistema comunicativo aberto dialógico, criativo e interdiscursivo só é possível pela valorização da alteridade do outro. Nesse sentido, a ECOSAM e a Escola América vêm contribuindo grandemente com as organizações salesianas (SDB e FMA) na Proposta de Educomunicação para a Família, que valoriza os processos comunicativos do ambiente educativo (ALVES, 2012, p. 118).

No seu trabalho de doutorado *Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)*, a pesquisadora Helena Corazza discute como o processo de formação de agentes pastorais no SEPAC foi feito em articulação com conceito da Educomunicação. O argumento

central apresentado pela autora é que Educomunicação e Pastoral tem pontos em comum, em razão da ligação estreita entre a reflexão sobre o ser e estar em sociedade (CORAZZA, 2016). Nessa perspectiva, a autora inclusive aponta na direção de uma nova categoria: a Educomunicação pastoral.

Faz-se um percurso teórico sobre a construção do conceito deste campo em construção, seu referencial teórico, a formação para a comunicação na Igreja Católica, as novas linguagens existentes na prática da comunicação multimídia e digital, uma proposta metodológica de formação com anos de experiência no SEPAC, iniciado em 1982 com o objetivo de formar lideranças para o campo pastoral educativo. Falar de Educomunicação, portanto, é trazer à memória e atualizar as reflexões e práticas do processo comunicacional que considera as pessoas como sujeitos e trabalha valores na formação de agentes pastorais, a partir da educação não formal (CORAZZA, 2015, p. 16).

Em síntese, a tese de Helena Corazza aponta como a Educomunicação, frente aos desafios da cultura digital, pode ser estratégica nas práticas de comunicação pastoral. Com os preceitos de participação, horizontalidade e protagonismo dos sujeitos sociais frente aos mecanismos de comunicação, o conceito educucomunicativo coloca-se junto a Pastoral da Comunicação (PASCUM), possibilitando novas formas de se relacionar com a comunicação e trazendo novas perspectivas para o exercício do diálogo na Igreja. Assim, com a leitura dessas duas pesquisas exemplares, temos uma relevante observação do nosso atual objeto de investigação, valorizando a polarização Educomunicação e educação/comunicação católica.

A presente pesquisa de doutorado que estamos desenvolvendo tem como objeto de estudo a emergência da Educomunicação na comunicação católica, e encontra seu lugar primordial de ponto de partida no discurso oficial do Documento 99 da CNBB – Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, que traz como propostas pedagógicas do plano de “educar para a comunicação”², os seguintes objetivos:

1. Educar para os processos dialógicos;
2. Procedimentos de análise crítica dos meios de comunicação;
3. Formação para o uso dos recursos da informação.

Esse conjunto de operações pedagógicas contemplam a gestão da comunicação católica a partir de critérios educucomunicativos:

2 Título do Capítulo 10 do Documento.

A meta é permitir que, pelo estudo de casos específicos, os usuários passem a identificar, através de exercícios promovidos no âmbito do lar ou da educação regular, critérios que permitam perceber a natureza cultural dos produtos em estudo e sua contribuição para a formação cultural das audiências, facilitando que se descubram os interesses dos emissores, ainda que embutidos e imperceptíveis a um primeiro olhar. O exercício constante desta prática educacional conduz os receptores a uma atitude de alerta quanto ao que lhes é oferecido pelo sistema midiático, e os torna atentos a não repetirem em suas próprias produções e vivências comunicativas aquilo que condenam nos meios massivos (CNBB, 217, pp. 170-171).

Com essas breves contribuições da investigação científica em andamento, sinalizamos o avanço do conceito de Educomunicação nas preocupações pedagógicas e de gestão da comunicação católica no Brasil.

Considerações finais

Tendo em vista que a pesquisa em curso parte do pressuposto de que o conceito de Educomunicação, ao emergir no ambiente das políticas comunicacionais da Igreja Católica, traz a esta instituição contribuições alicerçadas no campo de produção do conhecimento científico, o objetivo deste *paper* foi apresentar de modo conciso alguns aspectos dessa contribuição e um breve contexto cultural das origens teóricas do paradigma educacional.

Conforme a definição conceitual da Educomunicação, as práticas pedagógicas constituem ações da área de “Pedagogia da Comunicação”, uma das sete áreas de intervenção da metodologia educacional, elucidando, portanto, que o tradicional modelo funcionalista adotado pela gestão eclesial católica convive com práticas pedagógicas e comunicativas diversas, abrigando tensões entre as diferentes correntes de posicionamento político no interior da instituição. A presença da Educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil evidencia que essa metodologia prática provém de movimentos de base popular que se fazem representar pelo conjunto educacional de práticas e reflexões proposto no documento e sistematizado pela pesquisa científica.

O *paper* destacou especialmente duas investigações científicas realizadas, uma junto ao sistema educativo salesiano e outra junto ao SEPAC – Serviço à Pastoral da Comunicação, buscando concentrar especialmente nesses dois trabalhos acadêmicos, tomados como exemplos, a percepção das práticas pedagógicas católicas no Brasil e

como essas práticas agora se relacionam com o paradigma educomunicativo de gestão da comunicação e da educação. Trata-se, portanto, de iniciativas que, por meio da edição do Documento 99 da CNBB, Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, se pretendem estender a todas as esferas da rede educacional católica em todo o país, bem como às organizações de mídia vinculadas à instituição em todo o território nacional, como sendo as editoras, livrarias, rádios, canais de TV, portais, páginas em redes sociais, jornais e publicações de iniciativas populares.

Essa abertura ousada da Igreja Católica aos procedimentos metodológicos educomunicativos nasce do sentimento dos grupos de base popular e das lideranças comunitárias solidárias aos anseios de uma proposta de gestão mais horizontal, afeita às demandas sociais e políticas da sociedade civil que impactam a vivência de suas comunidades. A edição do Diretório de Comunicação dá voz e valoriza esses anseios, reconhecendo seus portadores como interlocutores de um diálogo profícuo com a sociedade e, certamente, trazendo para a instituição eclesial católica maior efetividade enquanto membro de voz ativa no universo político brasileiro.

A partir dessa apresentação, conclui-se que o fato mesmo de as metodologias educomunicativas serem apropriadas por um documento tão expressivo para o contexto da Igreja Católica no Brasil denota que as políticas de gestão da comunicação e educação católicas preveem uma revisão de suas práticas pedagógicas sedimentadas no modelo funcionalista tradicional de produção do conhecimento e de suas expressões, posicionando-se positivamente aberta ao diálogo com as propostas metodológicas da Educomunicação.

O trabalho de investigação que tem sido desenvolvido neste doutorado busca justamente aprofundar as relações dialógicas entre o paradigma educomunicativo e suas práticas metodológicas com as perspectivas abertas pelo Diretório de Comunicação, descortinando os desdobramentos efetivos desse diálogo para o campo do conhecimento científico em Educomunicação e para os estudos acadêmicos sobre a comunicação católica.

Referências

ALVES. A. **A educomunicação e a cultura escolar salesiana: a trajetória da construção de um referencial educomunicativo para as redes salesianas de educação em nível mundial, continental e brasileiro.** São Paulo, 2012. Dissertação de mestrado – ECA/USP.

CNBB. **Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil.** São Paulo: Paulinas, 2014.

CORAZZA, Helena. **Educomunicação: caminhos e perspectivas na formação pastoral. A experiência do Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC).** São Paulo, 2015. Tese de doutorado – ECA/USP.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Os estudos culturais.** Cartografias – website dos estudos culturais. s/d. Disponível em www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias. Acesso em dezembro de 2017.

FILHAS, Maria Auxiliadora. **Culturas juvenis na ótica da Educomunicação.** Brasília: EDB, 2014.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Educomunicação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania.** São Paulo: Paulinas, 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 4ª ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

_____. **A comunicação na educação.** São Paulo: Contexto, 2014.

PESSINATTI, Nivaldo Luiz. **Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1998.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação.** Contribuições para a reforma do Ensino Médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

A background network diagram consisting of numerous grey circular nodes of varying sizes connected by thin, light grey lines. The nodes are scattered across the page, with some clusters and many isolated points, creating a complex web-like structure.

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE MULTIMÍDIA, CIBERCULTURA E ESTUDOS DOS MEIOS

Uma radiografia da questão regional no jornalismo impresso

*Eduardo Nunomura**

Resumo: Este artigo traça um panorama atualizado sobre a questão regional do jornalismo impresso brasileiro. Por meio de variáveis como circulação, público-leitor e distribuição de títulos territorialmente, e baseando-se na manipulação de grandes bases de dados, procura-se mostrar como os veículos de comunicação estão inseridos nessa realidade que se revela desigual sob vários aspectos. Essa discussão indica que há um problema de fundo, traduzido pela alta concentração de veículos na região Sudeste e, em particular, nos Estados de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Jornalismo impresso. Questão regional. Desigualdade. Concentração.

Introdução

Em 2017, Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo atingiram a marca de 752.298 exemplares por dia (impresso e digital), o que corresponde a 25% da circulação total dos veículos afiliados ao Instituto Verificador de Comunicação (IVC). Esse percentual se refere apenas a um recorte. O IVC audita 76 jornais pagos, cuja circulação média até setembro daquele ano ficou em 2.964.042 exemplares. Mas a Associação Nacional dos Jornais (ANJ), que é parceira do IVC, fazia até 2015 uma projeção ampliada¹ para os veículos impressos brasileiros. Com dados de outras entidades, a ANJ afirmava que a circulação nacional foi de 7.579.000 naquele mesmo ano. A Secretaria de Comunicação (Secom), da Presidência da República, mantém um cadastro com 759 jornais (entre diários e mensais) e uma tiragem² declarada de 4.326.261 exemplares.

* Doutorando e mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). É membro do grupo de pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade do Instituto de Estudos Avançados e da Escola de Comunicações e Artes da USP. É professor de graduação e pós-graduação *lato sensu* na Faculdade Cásper Líbero e editor de cultura da revista CartaCapital. E-mail: nunomura@usp.br.

1 Dados extraídos dos endereços <http://ivcbrasil.org.br/auditorias/aPublicacoesAuditadasJornal.asp>, <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/> e <http://www.anj.org.br/circulacao-diaria-2/>. Acesso em 14 de dezembro de 2017.

2 Tiragem corresponde ao número bruto de exemplares impressos, porém esse dado não é verificado e, muitas vezes, inflacionado pelas empresas jornalísticas. A circulação seria mais precisa, porque trata dos exemplares que efetivamente chegaram às mãos dos leitores. Porém, ao longo dos anos o IVC vê o número de associados cair, o que torna imprecisa a comparação entre anos.

Na tese de doutorado “Mídia Regional Brasileira”, Pâmela Araújo Pinto chegou a afirmar que “no Brasil, quanto maior o Produto Interno Bruto (PIB), maior a possibilidade de uma mídia sustentável” (PINTO, 2015, p. 55). Uma explicação para essa diferenciação decorre por razões históricas e também pelo modelo de desenvolvimento econômico do país. O consumo de mídia impressa está intimamente relacionado com o nível educacional de uma região, o que explica a força da imprensa diária na região Sul e mais especificamente no Estado do Rio Grande do Sul, cujos três jornais diários de Porto Alegre estão entre os dez jornais de maior tiragem do país, sendo que todos os outros sete se localizam nos dois tradicionais centros da imprensa diária, São Paulo e Rio de Janeiro (FADUL, 2006, p. 27-28).

No Brasil, um fenômeno paralelo de concentração torna ainda mais difícil a vida da imprensa regional ou local. Desde os anos 1990, há uma tendência pelo fim da diversidade de veículos de comunicação pelos interiores e concentração em torno de um único jornal (ou um grupo forte local/regional) por cidade, conforme aponta Wilson Marini³, da Associação Paulista de Jornais. Segundo ele, a profissionalização nas redações (e investimentos nas oficinas gráficas, administração, publicidade etc.) modernizou alguns poucos jornais regionais, enquanto outros não tiveram fôlego e percepção para investir a tempo e passaram a enfrentar crises do negócio, agravadas pela necessidade de migração do impresso para o digital.

Grandes e médios grupos de comunicação do resto do país, que mantinham jornais deficitários, fecharam a versão impressa de alguns títulos em tempos recentes, como O Estado do Paraná⁴ (segundo mais importante do estado, com 59 anos, e foi fechado em 2011), O Sul (que mantém o site ativo, mas deixou de ser impresso em 2014), o Jornal de Londrina⁵ (encerrado em dezembro de 2015 após 26 anos de atuação) e O Mossoroense⁶ (terceiro mais antigo do Brasil, com 143 anos, publicou também em dezembro de 2015 sua derradeira edição impressa).

Três grandes bases de dados divulgadas em anos recentes ajudam a contextualizar a questão do jornalismo local ou regional no Brasil. As seções seguintes vão apresentar

3 Informações obtidas com Wilson Marini, em comunicação pessoal. Mensagem recebida por nunomura@gmail.com em 20/1/2016.

4 Disponível em <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2015/07/15/Brasil-perdeu-oito-jornais-em-6-anos.html>. Acesso em 10 de fevereiro de 2016.

5 Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/75737/apos+26+anos+jornal+de+londrina+encerra+atividades+vinte+funcionarios+demitidos>. Acesso em 10 de fevereiro de 2016.

6 Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/crise-na-imprensa/aos-143-anos-3o-jornal-mais-antigo-do-brasil-deixa-de-circular-em-papel/>. Acesso em 2 de fevereiro de 2016.

os resultados da manipulação dos dados do Atlas da Mídia Regional, do Midiacad e da Pesquisa Brasileira de Mídia. Esse panorama que retrata a realidade desigual da imprensa no país é parte integrante da minha tese de doutorado. O objeto da pesquisa é a imprensa regional ou local, estudada a partir de uma questão crucial: os jornais dos interiores têm deixado de exercer o papel de controle e fiscalização do poder, e portanto não cumprindo com a missão de bem informar os cidadãos, ou se o fazem é baseado não em torno de sua realidade, mas tomado de empréstimo dos grandes veículos. Radiografar a questão regional é um valioso ponto de partida para esta tarefa.

O deserto noticioso, segundo o Atlas da Mídia Regional

Cerca de 70 milhões de brasileiros (o equivalente a 35% da população nacional) vivem nos chamados “desertos de notícias”, é o que revela o Atlas da Mídia Regional⁷, uma iniciativa para mapear veículos produtores de notícias no Brasil. Em um extenso levantamento realizado em outubro e novembro de 2017, o Projor - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo e o site Observatório da Imprensa, em parceria com o Volt Data Lab, radiografaram a localização de 5.354 jornais impressos e sites em 1.125 municípios. Os “desertos de notícias” estão espalhados em cerca de 4.500 cidades.

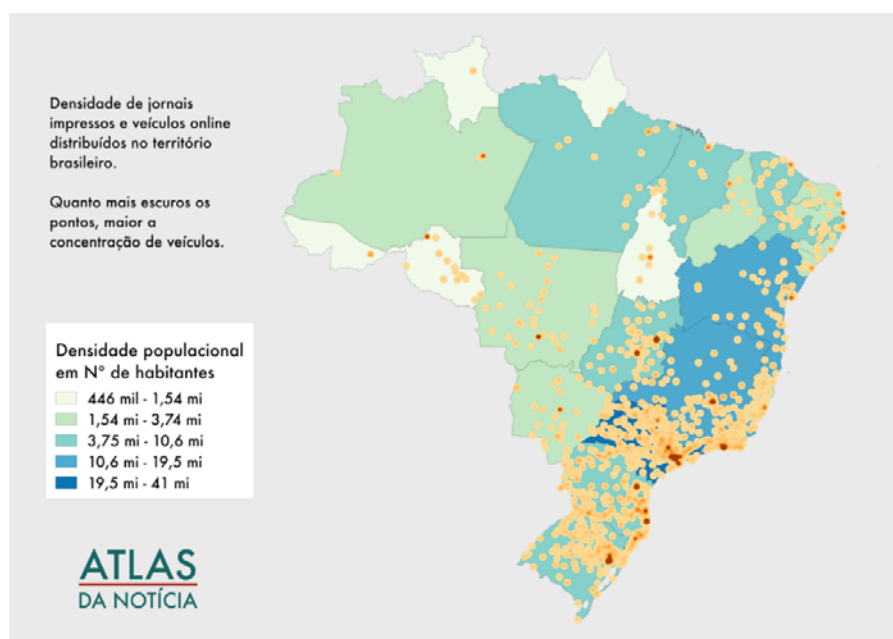
A concentração nunca ficou tão clara: São Paulo com 698 veículos mapeados, Rio de Janeiro com 217 e Brasília com 197 estão no topo do ranking. Os três municípios, que respondem por cerca de 10% da população brasileira, possuem 21% dos veículos do país. Capitais estaduais ocupam os 11 primeiros lugares em número de veículos mapeados, sendo que nas 12^a e 13^a posições aparecem Santos e Campinas, à frente de todas as capitais do Norte e Nordeste.

O mapeamento descobriu que 416 cidades brasileiras, que juntas possuem mais de 15 milhões de habitantes, possuem apenas um jornal ou site noticioso. Jaboatão de Guararapes, localizada na Grande Recife, possui 643 mil habitantes é um exemplo. A proporção de veículos por 100 mil habitantes é de 0,87 em Fortaleza (21 veículos para um total de 2,42 milhões de pessoas) e de 1,1 em Salvador (29 veículos para 2,65 milhões de pessoas). E mesmo com esse baixo desempenho, elas estão entre as 30 cidades com

⁷ Um hot site (www.atlas.jor.br) foi criado para apresentar os resultados do Atlas. Os dados, abertos, para esta primeira edição do levantamento foram obtidos com a Secretaria de Comunicação (Secom) da Presidência da República, por intermédio da Lei de Acesso à Informação, a ANJ e por meio de uma campanha com colaboradores voluntários que apontaram 287 veículos.

mais veículos de notícias (impresso e online) do país, ranking liderado por São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. No lado oposto, cidades como Florianópolis (16,7), Palmas (11,9) e Porto Alegre (8,5) revelam um número considerável de veículos por 100 mil habitantes. A média nacional é de 3,47 veículos para as cidades com mais de 100 mil habitantes mapeadas no Atlas.

Figura 1 – A concentração dos veículos é maior nos Estados mais populosos

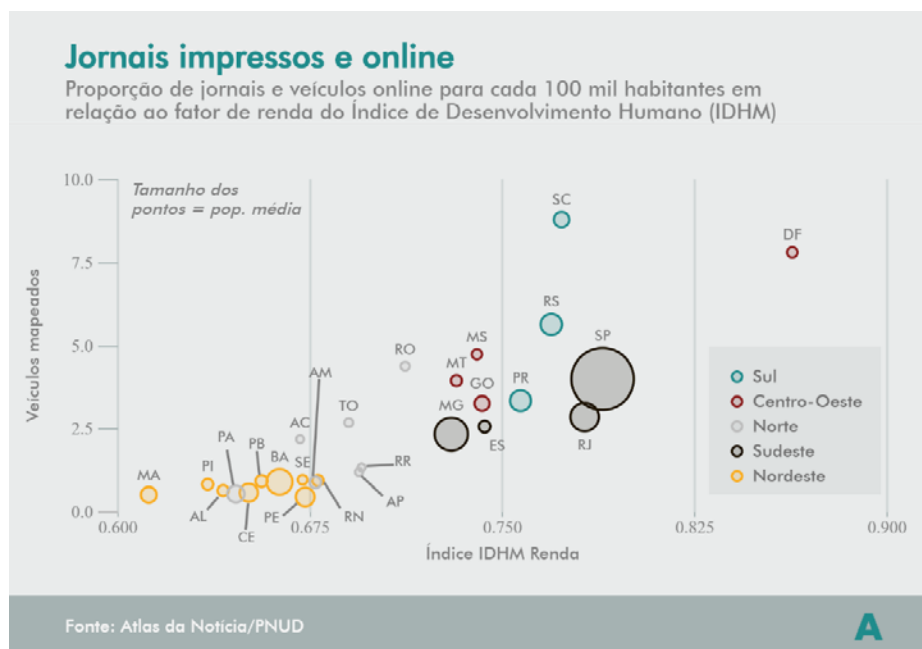


Fonte: Atlas da Notícia

Uma das mais instigantes descobertas do Atlas da Notícia é correlação encontrada entre o fator de renda do IDHM - (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) e o número de jornais presentes nos Estados. O que se percebe é que quanto mais desenvolvida a Unidade da Federação, maior a presença de jornais impressos e online. Na figura 2, percebe-se como os Estados das regiões Norte e Nordeste, menos desenvolvidas economicamente, ficam na lanterna na oferta de conteúdos jornalísticos. De maneira geral, quanto melhores os índices educacionais, maiores os índices de veículos noticiosos por habitante.

A concentração midiática permanece mesmo dentro de uma região metropolitana. No estudo, as nove regiões metropolitanas e mais o Distrito Federal foram dispostos segundo o fator de renda do IDHM. Pela ordem, aparecem num primeiro pelotão Distrito Federal, Porto Alegre, São Paulo, Curitiba, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Todas elas possuem IDHM superior a 0,75. No bloco inferior, estão capitais do Norte e Nordeste: Salvador, Recife, Belém e Fortaleza.

Figura 2 – Alta concentração de veículos em estados de melhor IDHM



Fonte: Atlas da Notícia

Professor da Unesp e jornalista, Francisco Rolfsen Belda lembra que muitos veículos foram perdendo vitalidade ao longo dos anos e não chegam a ser sombra do que já foram algumas décadas atrás, enquanto vêm surgindo inúmeras publicações criadas e mantidas por indivíduos ou pequenos grupos de profissionais que não possuem a estrutura operacional e institucional de um jornal tradicional. Chega-se a um novo ecossistema⁸ para o fazer jornalístico, nos dizeres de Belda, conselheiro do Projor: “Jornais sem jornalismo e jornalistas sem jornais”.

A distorção da publicidade oficial

Em 2016, o governo federal gastou 1,5 bilhão de reais com publicidade oficial. Desse montante, 65% ficaram com a televisão - sendo que 35% (342,7 milhões de reais) se destinaram à Rede Globo e não contabilizando neste valor as centenas de afiliadas da emissora. Jornais e revistas correspondem a menos de 10% desta verba (78,3 milhões de reais para os jornais e 46,9 milhões para as revistas). Se no meio televisão, a distorção já fica evidente nos recursos concentrados para a

8 Observatório da Imprensa, “Jornais sem jornalismo, jornalismo sem jornais”, 6/11/2017. Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/jornais-sem-jornalismo-jornalismo-sem-jornais/>. Acesso em 13 de novembro de 2017.

maior emissora do país, para os jornais ela é de outra natureza, mas igualmente preocupante, como revelam dados da Secom, obtidos para esta pesquisa por meio da Lei de Acesso à Informação⁹.

O Sudeste é a região que mais recebe recursos de anúncios do governo federal. As três unidades da federação mais populosas, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, recebem mais de 50 milhões de reais da fatia destinada a todos os jornais do país. A quantia destinada ao Rio de Janeiro é 2,5 vezes a soma destinada ao Nordeste. Os veículos de Minas recebem mais propaganda do que os seis estados do Norte. E os diários paulistas recebem mais do que os fluminenses e mineiros juntos.

Figura 3 – SP, RJ e MG recebem mais de 50 milhões de reais em publicidade

Distribuição de verba publicitária (em reais)

Região	UF	Valor (em reais)
Sudeste	SP	26.872.094
	RJ	16.319.152
	MG	5.904.780
	ES	534.689
Sul	RS	2.738.000
	SC	1.835.422
	PR	1.643.235
Centro-Oeste	DF	5.688.442
	GO	1.095.627
	MT	297.142
	MS	215.864
	TO	185.352
Nordeste	BA	2.425.225
	CE	1.530.604
	PE	1.301.025
	MA	279.054
	AL	151.018
	SE	149.989
	RN	105.845
	PI	89.064
	PB	73.821
Norte	PA	2.512.601
	AM	374.563
	AC	174.755
	RO	143.415
	AP	134.375
	RR	122.519

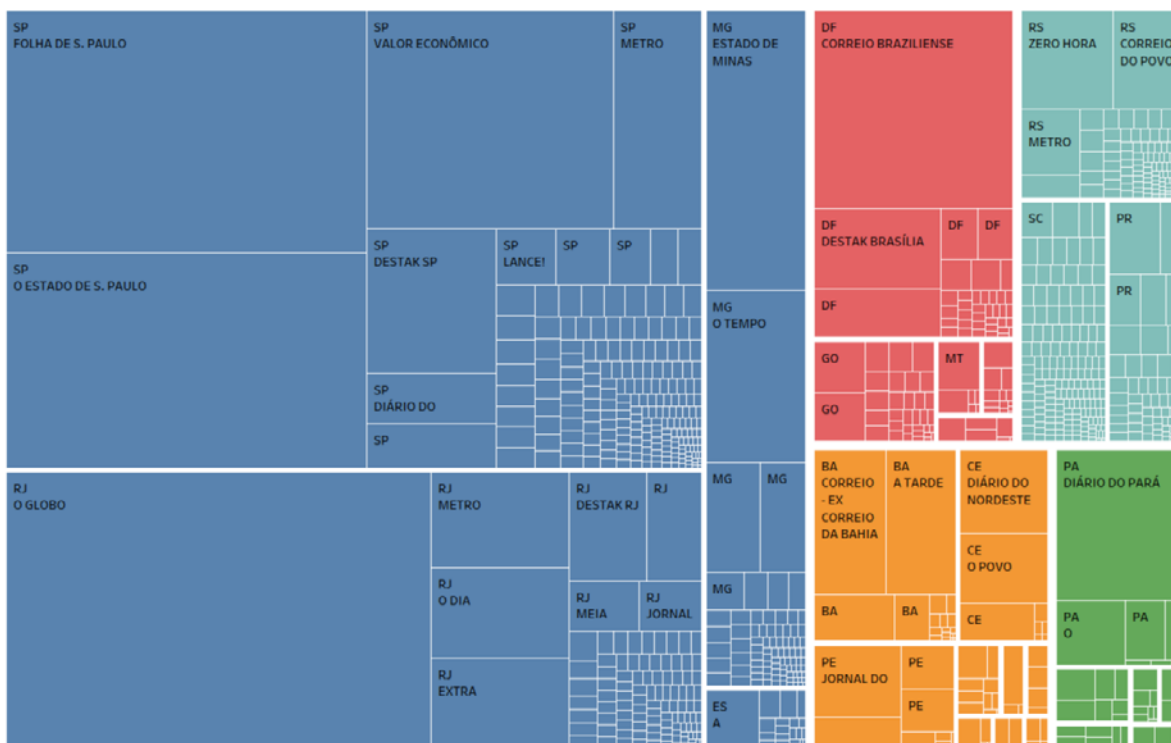
Fonte: Secom

9 A Lei 12.527/2011, mais conhecida como LAI (Lei de Acesso à Informação), garante o direito constitucional de acesso às informações públicas por qualquer cidadão brasileiro. A Secom instituiu o Cadastro de Veículos de Divulgação (Midiacad), por meio da portaria 142, de 27 de outubro de 2014. No Midiacad, é possível obter a tabela de preços, tiragem e circulação dos veículos nos quais o governo anuncia. Estas informações foram encaminhadas pelo protocolo 00077001417201752, respondido em 8/11/2017. A outra solicitação junto à Secom, respondida na mesma data, é a de protocolo 00077001418201705, que forneceu os gastos estatais em propaganda dos diferentes meios de comunicação nos anos de 2014 a 2016, dados apurados pelo Instituto para Acompanhamento da Publicidade, vinculado ao órgão.

Em 2016, o governo federal enviou verbas publicitárias para 887 empresas que publicam 973 jornais. Para um país que possui mais de 3,7 mil publicações, conforme apontou o Atlas da Mídia Regional, o radar estatal tem deixado muitas zonas descobertas. São veículos que não existem para o Cadastro de Veículos de Divulgação (Midiacad). Excetuando-se o dinheiro que alguns jornais de circulação nacional recebem, algo em torno de 5,4 milhões de reais, sob a chancela de “mercado nacional”, a distribuição da maior parte dos recursos privilegia veículos das capitais. Isso vale tanto para São Paulo quanto para Roraima ou Piauí. Os jornais das capitais recebem 64,1 milhões de reais, ante os 8,6 milhões de reais das publicações dos interiores.

Um total de 32,8 milhões de reais foram distribuídos apenas para quatro jornais: O Globo (10,4 milhões), Folha de S.Paulo (7,9 milhões), Valor Econômico (7,3 milhões) e O Estado de S. Paulo (7,2 milhões). Os outros jornais que recebem considerável fatia dos recursos de publicidade do governo federal são de capitais, conforme pode-se ver no diagrama seguinte:

Figura 4 – Folha, O Globo, Estadão e Valor receberam mais de 32 milhões de reais

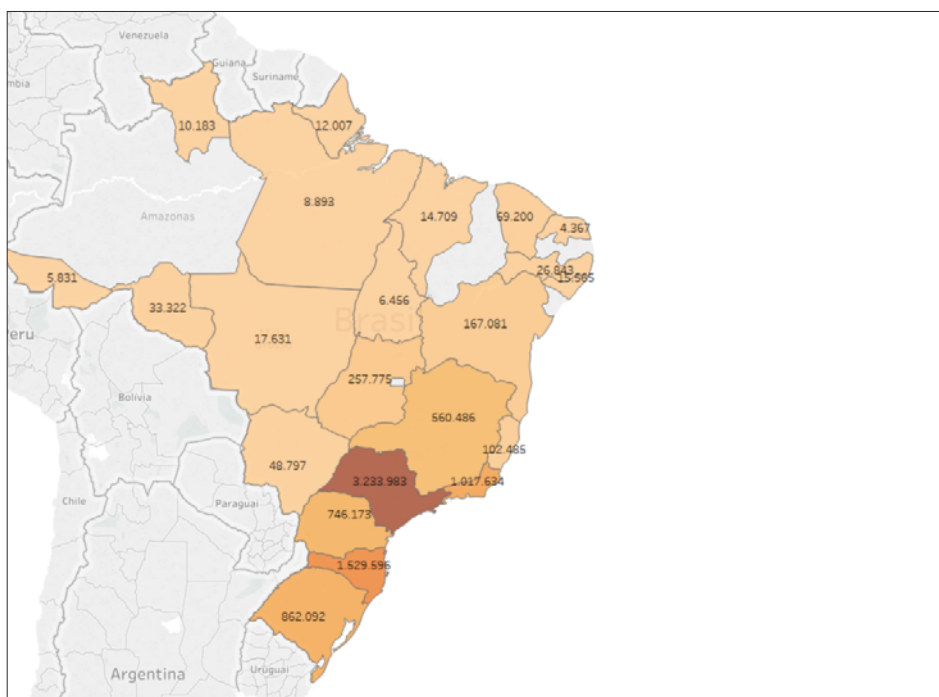


Fonte: Secom

As cores do diagrama separam os veículos pelas regiões geográficas, pelos estados e pelas publicações, evidenciando uma grande concentração no Sudeste. Para

fins de visualização, apenas os veículos que receberam mais recursos tiveram seus nomes exibidos¹⁰. Dos 78,3 milhões de reais destinados aos jornais, os títulos fora das capitais que mais receberam recursos foram o Correio Popular, de Campinas, e A Tribuna, de Santos, ambas do Sudeste. Em 2016, o primeiro veículo recebeu 128.388 reais, enquanto o segundo 103.079 reais. E mesmo na distribuição considerando as verbas destinadas aos veículos do interior, o mapa brasileiro novamente é tingido com a marca da distribuição concentrada dos recursos para as regiões Sudeste e Sul. Quatro Estados (Amazonas, Piauí, Paraíba e Aracaju) não receberam verba publicitária para nenhum jornal do interior:

Figura 5 – Publicidade oficial para jornais do interior segue padrão concentrador



Fonte: Secom

O Mídiacad nos revela que a proporção adotada pelo governo federal para comprar o chamado espaço em mídia não seguiu, em 2016, a proporção de jornais cadastrados no seu próprio banco de dados. Das propagandas oficiais veiculadas, 88% foram destinadas a jornais das capitais ante 12% para os de municípios do interior. Embora a Secom tenha adotado o discurso da regionalização no trato desta questão, ela

¹⁰ Para uma completa visualização, acesse o endereço https://public.tableau.com/views/VaiparaTese/Planilha2?:embed=y&:display_count=yes&publish=yes.

faz parte da tradição, conforme apontou Messias (2013). Em 2000, 91% dos investimentos estavam nos jornais de capitais e 9% no interior, percentuais que passaram para 80% e 20%, respectivamente, em 2011. Esta distribuição, por assim dizer histórica, está em consonância com a proporcionalidade da circulação informada pelo próprio veículo e não o da tiragem. Se seguisse o dado da tiragem, haveria um contrabalanço mais equilibrado (66% *versus* 34%).

Os diferentes hábitos de consumo dos leitores de jornais

Metade dos leitores de Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo prefere a versão digital das edições diárias. Apenas um terço deles lê um desses três jornais todos os dias. Para as versões impressas, 48% compram esses títulos nas bancas e 25% por meio de assinaturas. Já sete em cada dez leitores de jornais regionais ou locais não abandonaram a versão impressa, sendo que metade deles compra as edições nas bancas. Um quinto deles lê o noticiário dessas publicações pelas mãos de outra pessoa, em bibliotecas, consultórios ou no trabalho. A assinatura de jornais nos interiores e periferias não passa de 15% dos leitores. Os brasileiros das regiões fora do eixo Rio-São Paulo são mais fiéis ao diário regional ou local preferido, não consumindo os jornais nacionais mesmo que em alguns dias da semana.

Esses dados acima são da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) 2016, publicado anualmente pela Secom. Os tipos de consumidores de jornais, as formas e os hábitos de uso das mídias permitem distinguir o público-leitor de grandes metrópoles como São Paulo e Rio ao do resto do país. A PBM já foi publicada em três edições, a primeira delas em 2014. Cada um desses bancos de dados¹¹ possui cerca de 2 milhões de células, com mais de 15 mil entrevistas. O objetivo de uma amostra abrangente serve para garantir “a representatividade do universo da população brasileira de 16 anos ou mais de idade” (BRASIL, 2016, p. 9). Trata-se de uma pesquisa quantitativa face-a-face domiciliar que tem por objetivo conhecer os hábitos de consumo da população brasileira para “subsidiar o plano de mídia e publicidade” da Secom (Ibid, p. 6).

Em 2016, os resultados gerais mostram que 63% dos brasileiros têm a TV como principal meio de informação, seguida da internet com 26%, do rádio com 7% e dos

¹¹ Esta seção trabalha sobre os microdados da PBM 2016, obtidos diretamente com a Secom. Isso significa que os resultados aqui apresentados vão além do que já foi tornado público na divulgação do relatório” e noticiado pelos principais veículos de comunicação. O uso dos microdados permite produzir recortes específicos. Cada uma das duas primeiras edições entrevistou 18.312 brasileiros. Na de 2016, foram 15.050.

jornais com 3%. Entre os leitores de jornais (porque citaram ao menos o nome de um impresso), essa questão resulta em respostas distintas entre dois grupamentos. Os que citaram Folha de S. Paulo, O Globo ou Estado de S. Paulo se informam primeiro pela internet (44%) e depois pela TV (40%), seguidos do jornal (9%) e do rádio (5%). Já os leitores dos outros jornais seguem a tendência nacional: 54% disseram ser a TV, 28% a internet, 10% o jornal e 6% o rádio. Esses dados apontam para o forte impacto do meio digital e como a internet é uma realidade mais próxima dos leitores do Rio e de São Paulo - as dificuldades de acesso à rede mundial nos interiores explicam essa distinção.

Para aferir as diferenças e aproximações entre esses dois grupamentos, esta seção, salvo exceções devidamente citadas, trabalhou com um conjunto de 4.481 pessoas que costumam ler jornal algum dia da semana. Elas mencionaram 504 veículos impressos diários. Para facilitar a apresentação dos resultados, doravante e apenas dentro desta seção denominaremos Folha de S. Paulo, O Globo ou O Estado de S. Paulo de “imprensa nacional” e os demais veículos analisados de “imprensa regional ou local”. Na PBM 2016, os veículos da imprensa nacional foram citados¹² por 5,8% dos 15.050 entrevistados, distribuídos em todo o país, enquanto o restante dos títulos foram lembrados por 24,0%.

Na pesquisa, o entrevistado apontava quantas horas costumava dedicar de seu tempo para ler os jornais. Mais de 70% dos leitores da imprensa regional ou local gastava menos de uma hora diária, próximo dos 67,3% dos da imprensa nacional. Mas no segundo grupo o percentual dos que leem mais de duas horas por dia é 66% maior que nos interiores. O número maior de páginas da imprensa nacional justifica a diferença de tempo de leitura (o primeiro caderno de Folha de S. Paulo, O Globo e Estadão já equivale a um diário inteiro de outras praças). Esses leitores do Rio e de São Paulo também dedicam ligeiramente mais dias da semana (de três a sete dias) no consumo dos grandes jornais.

Distinções significativas se dão nos recortes socioeconômicos. Os leitores da imprensa regional ou local têm mais idade, menor nível educacional e renda inferior ante os da imprensa nacional. O público-leitor de 45 anos ou mais dos veículos regionais ou locais é de 40,6%, enquanto dos três grandes jornais é de 37,4%. Nesse primeiro grupo, 24,4% têm nível superior, o que representa quase metade dos 47,1% que possuem um diploma universitário e leem um dos três grandes veículos. Se 57,3% declararam renda de até 1.760 reais e 5,2% mais de 4.400 reais na imprensa regional, para os da nacional esses números são de 46,1% e 15,6%, respectivamente.

12 Na primeira edição da pesquisa, em 2014, 228 (5,6% do total da amostra) citaram veículos da imprensa nacional. Em 2015, um total de 342 leitores (9,1%) apontou Folha de S. Paulo, O Globo ou Estado de S. Paulo (NUNOMURA, 2015, p. 104).

Nos dois grupos, o nível de confiança em relação ao meio manteve-se elevado e estável em relação à pesquisa do ano anterior: 59,9% confia sempre ou muitas vezes na imprensa regional ou local e 61,9% na imprensa nacional. Uma última questão que vale ser analisada é o hábito de ler mais de um jornal. Acompanhando tendência das duas últimas pesquisas, 40% dos consumidores da imprensa nacional alterna a leitura desses órgãos de comunicação com algum título regional. Isso não ocorre no caso da imprensa regional ou local, onde apenas 7% indicaram ter esse hábito. A grande maioria lê só o veículo de sua cidade ou região, não consumindo os títulos nacionais. Se uma possível explicação para essa divergência é a mobilidade dos leitores (moradores das capitais têm segunda residência no interior), os dados mostram que os do interior declararam procurar menos informações na chamada imprensa nacional.

Considerações finais

Ao concentrar a verba de mídia em poucos veículos privados, localizados nas regiões mais favorecidas e nas capitais por conta da evolução histórica do processo de industrialização do jornalismo, o Executivo deixa de abrir espaço para que outros meios conquistem um lugar ao Sol. O discurso midiático, por tabela, acaba ficando nas mãos dos veículos com maior capacidade operacional e de alcance, como tem sido o caso dos jornais de circulação nacional.

O modelo de negócios do jornalismo subsidiado por recursos da publicidade ainda reina no Brasil, e em muitos outros lugares do mundo. À falta de alternativas, os veículos de comunicação tentam viabilizar a travessia do mundo analógico para o digital ainda dependendo das verbas públicas. Esta é a realidade para centenas ou milhares de jornais locais, que vivem à espera de serem notados pelas agências de publicidade que transacionam a vultosa verba de mídia da Secom. À falta do dinheiro do Executivo federal, os jornais acabam se sujeitando a políticas clientelistas e de compadrio junto a políticos locais. Outros vão reduzindo equipes, diminuindo o número de páginas, encolhendo suas operações e perdendo a periodicidade. O deserto de notícias apontado pelo Atlas de Mídia Regional é um problema candente e que tende a se agravar nos próximos anos.

O conjunto de informações oferecido pelos três bancos de dados indica que o leitor fora do eixo Rio-São Paulo, e mais especificamente quem não lê Folha de S. Paulo, O Globo ou Estadão, demanda olhares mais locais, que respeitem a cultura e a diversidade regional. Para o jornalismo, significa a necessidade de apresentar

um noticiário que pense no leitor com mais idade, que lê menos, têm renda e escolaridade menores e ainda enfrenta maiores dificuldades para acessar a internet (e, portanto, as redes sociais).

Referências

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: Relatório Final**. Brasília: Secom, 2016.

FADUL, Anamaria. *Mídia Regional no Brasil: elementos para uma análise*. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Mídia e Região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

MESSIAS, Bocorny Roberto. *Transparência e a desconcentração na publicidade do governo federal*. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, v. 13, n. 742, abril de 2013. Disponível em <http://www.fndc.org.br/clipping/transparencia-e-a-desconcentracao-na-publicidade-do-governo-federal-891761/>. Acesso em 25 de setembro de 2015.

NUNOMURA, Eduardo. *Diferenças e aproximações dos leitores da imprensa nacional e regional*. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 9, n. 3, setembro/dezembro de 2015.

PINTO, Pâmela Araújo. **Mídia Regional Brasileira: Características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul**. Niterói, 2015. Tese de doutorado – UFF.

O método Delphi nas Ciências da Comunicação: um estudo da sua aplicação com sete artistas musicais independentes

*Dani Gurgel**, *Alexandre Regattieri Bessa***

Resumo: Delphi é um método de especialistas que se utiliza de um grupo de pessoas com conhecimento grande no assunto para chegar a um consenso ou determinar, definir e discutir os pontos de discórdia. Este trabalho tem por objetivo discutir sua aplicação na pesquisa em comunicação. Usaremos como exemplo uma pesquisa sobre a indústria musical independente, em que havia necessidade de englobar externalidades, como opiniões pessoais dos envolvidos no mercado de música, e aprofundar a análise de contexto histórico.

Palavras-chave: Delphi. Indústria musical. Especialistas.

Cenário

Uma garota de vinte e poucos anos, ao ligar seu celular, sorri graciosamente para a câmera e interpreta a sua versão de uma canção, acompanhada apenas do seu violão, em uma produção caseira. Em pouco mais de um ano, este vídeo alcança mais de 10 milhões de visualizações no Facebook e 5,7 milhões no YouTube, mais do que o dobro alcançado pelo vídeo oficial do próprio artista, que, captado com 7 câmeras profissionais e equipe completa para o seu lançamento original em DVD de 2012, atinge a média anual de 3,2 milhões de visualizações (GURGEL; RADFAHRER, 2017). Tal situação, longe de ser uma exceção, é cada vez mais comum e contextualiza o cenário no qual situamos nossa pesquisa: um contexto em que o

* Dani Gurgel une sua experiência como cantora de jazz brasileiro e seu trabalho como fotógrafa e diretora, culminando em sua pesquisa na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, onde é membro do grupo de pesquisa Datacracia e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, desenvolvendo dissertação sobre o conteúdo não-oficial produzido pelos fãs e pelos próprios artistas de música independente. E-mail: danigurgel@usp.br

** Alexandre Regattieri Bessa é membro do grupo de pesquisa Datacracia da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, onde também é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, desenvolvendo dissertação sobre as relações entre o sujeito, as intencionalidades e as motivações que fazem em rede em um estudo aplicado ao Instagram. E-mail: abessa@usp.br

conteúdo produzido por fãs e pelos próprios músicos é tão ou mais importante do que a mídia dita oficial (GURGEL, 2018).

Na busca de dados concretos sobre o rendimento de produtos culturais independentes, seus produtores – os artistas – foram contatados diretamente com o objetivo de alcançar o que acontece internamente nas decisões estratégicas de sua carreira e vislumbrar as alterações que estão ocorrendo em seu meio de vida por sua própria ótica. Portanto, para aprofundar a análise, partimos da união de dados quantitativos e qualitativos de alguns artistas independentes. A escolha dos mesmos priorizou a coleção de uma amostra mais profunda do que larga – procurando analisar com mais detalhamento diversos aspectos da carreira musical de poucos artistas, totalizando uma amostragem de sete pessoas a serem entrevistadas. Essa decisão teve como principal motivação a natureza dos dados disponíveis publicamente, como as pesquisas da BM&A (2017) e FMC (2014), que analisam de forma quantitativa uma menor quantidade de informações de uma grande variedade de artistas, e se mostraram insuficientes para a análise mais profunda das decisões artísticas e comerciais desses músicos.

Duas empresas gentilmente cederam dados de vendas e exibições de artistas independentes. A distribuidora Tratore abriu o canal para o contato com artistas que, por sua vez, cederam seus próprios dados sigilosos; e a Playax, startup que identifica dados públicos de execução de fonogramas, forneceu seus dados abertos diretamente. Além disso, dados públicos foram coletados diretamente dos canais de YouTube dos artistas.

Frente a uma grande quantidade de dados dos artistas, havia necessidade de costurar relações entre esses dados quantitativos de forma qualitativa, por meio da abertura de discussões com os artistas em relação às plataformas que consideram mais relevantes para seu faturamento e divulgação. Para poder tecer análises qualitativas com base nos dados quantitativos apresentados, fez-se necessária a realização de entrevistas com os sete artistas analisados.

A preparação para observar o *corpus* dessa pesquisa nos trouxe um desafio metodológico em que houve a necessidade de englobar externalidades, como opiniões pessoais dos envolvidos no mercado de música, assim como aprofundar a análise de contexto histórico num cenário recente de uso das ferramentas sociais digitais. Recorremos então ao método Delphi, com o objetivo de direcionar o consenso sobre as mudanças estruturais na indústria musical e, dessa forma, reduzir o ruído durante a fase de observação e coleta de dados quantitativos da pesquisa.

Definição

A metodologia Delphi pode ser considerada como um caminho de meio termo entre uma pesquisa qualitativa, em que não há contraposições de opiniões individuais; e um grupo de foco, em as opiniões de alguns entrevistados poderiam ser influenciadas por membros mais desenvolvidos. O método surgiu em 1948, atribuído a Rand Corporation dos Estados Unidos da América, e tornou-se popular na década de 1960 por ser uma ferramenta importante em análises da opinião de especialistas sobre projeções tecnológicas. No método, que também pode ser observado como uma técnica (ROZADOS, 2015), o que se busca é o consenso dos participantes por meio de interações controladas, evitando realização de acordos e de pressão da maioria.

A premissa para sua adoção é que um especialista pode estar errado quanto a sua projeção, entretanto a média de opiniões de vários especialistas aumenta a precisão da resposta. O método pressupõe múltiplas interações nas quais o pesquisador devolve ao grupo a compilação de respostas da fase anterior. Dessa forma, os entrevistados têm a chance de analisar a média geral, decidindo sua concordância ou discordância, além de justificar suas respostas (GEIST, 2010).

Rozados (2015) aponta o uso do Delphi como alternativa metodológica para a área da Ciência da Informação e indica três elementos que o caracterizam: o anonimato; a interação e realimentação controlada; e a resposta do grupo apresentada em forma estatística. O anonimato permite que os entrevistados mudem de opinião sem prejuízo para sua imagem diante de outros especialistas. A interação e realimentação controlada acontece por meio de fases e oferece aos especialistas conhecimento sobre perspectivas diferentes da sua. A apresentação de respostas em forma estatística constitui os dados informados aos participantes e possibilita uma visão do grau de assertividade da maioria sobre o assunto.

Aplicação no *corpus* de sete especialistas em música

O uso do método baseou-se em três questionários em diferentes formatos, contrapondo as respostas de cada um dos sete especialistas em música com a média das respostas do grupo de maneira anônima.

Por meio do Delphi, portanto, foi possível instigar a discussão por parte dos entrevistados, para que justificassem suas opiniões quando confrontados pelas respostas da maioria, porém sem o risco de forçar um acordo – que não era o objetivo

do mesmo. A análise das justificativas oferecidas pelos artistas quando da sua não-concordância com os demais foi parte essencial da realização destas entrevistas, e fez possível a relação entre os dados quantitativos obtidos com faturamento, execução pública e YouTube.

A pesquisa partiu de uma rodada de livre enumeração – como um brainstorming – de respostas pelos artistas a perguntas simples; seguida por uma classificação quantitativa da importância das enumerações do grupo; e, por último, o confronto de opiniões e as justificativas para mudar ou não de opinião em direção à da maioria.

Para a aplicação de cada questionário foram usados modos mistos¹, acompanhando as facilidades e dificuldades técnicas e a disponibilidade de cada entrevistado. Mick P. Couper expõe, em *“The Future of modes of data collection”* (2011), as possibilidades de se misturar modos de coleta de dados para melhor alcançar o público-alvo de uma pesquisa, combinando modos complementares, desde que o conteúdo se mantenha. Tratando-se de uma pesquisa realizada com poucos participantes, considerados especialistas, não poder-se-ia arriscar que algum deles ignorasse um dos questionários a ele destinado, ou, como cada nova fase depende da completude das respostas da anterior, todos os resultados seriam prejudicados.

Primeira fase: enumeração livre

Para que os entrevistados não tivessem suas respostas sugeridas pelas próprias perguntas, foi adotada uma primeira fase com enumeração livre de respostas a três perguntas apresentadas. Esta fase foi respondida por quatro dos sete entrevistados via mensagem de áudio do aplicativo WhatsApp², o que permitiu uma resposta fluida, descontraída e livre de grandes escrutínios da parte do entrevistado, o que foi apreciado para a maior variedade de respostas enumeradas. Outros três entrevistados escolheram responder por e-mail.

1. Quais as lojas ou plataformas que você acha mais significativas na comercialização atual da sua música?
2. E para a divulgação, não obrigatoriamente gerando renda direta?

1 Em tradução livre do original “mixed modes”.

2 O aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp* permite o envio de uma mensagem gravada de áudio, que foi utilizada como meio para as respostas de 4 entrevistados. Os quatro responderam cada pergunta em uma mensagem de áudio, transcritas na íntegra como anexo a esta dissertação.

3. Quais são, na sua opinião, os objetivos principais de um artista musical na atualidade? Não precisam ser objetivos econômicos. Podem ser musicais, artísticos, pessoais etc.

Ao longo da primeira fase, a enumeração dos entrevistados foi acompanhada também por diversos exemplos e justificativas bastante pertinentes ao escopo da pesquisa, possibilitados pelo formato livre das respostas e pelos meios mistos de obtenção das mesmas, sempre priorizando o meio de melhor interação com o especialista (COUPER, 2011).

No tratamento das respostas recebidas foi imprescindível organizá-las em itens sucintos para consolidá-las em uma lista objetiva, que foi utilizada para a aplicação de questionário na segunda fase. É importante ressaltar e lembrar que a enumeração a seguir é inteiramente oriunda da tabulação das respostas dadas à primeira fase pelos próprios entrevistados.

1. Sobre serviços e lojas: quais as lojas ou plataformas que você acha mais significativas na comercialização atual da sua música?
 - YouTube
 - Spotify
 - iTunes
 - Deezer
 - Fnac
 - Livraria Cultura
 - imúsica
 - emusic
 - Rhapsody
 - Suportes vintage (Vinil, Cassete)
 - OneRPM
 - The Orchard

2. Sobre divulgação: quais as plataformas que você acha mais significativas para a divulgação, não obrigatoriamente gerando renda direta?
 - Facebook
 - Instagram

- YouTube
 - TV e rádio segmentadas
 - Imprensa
 - Mídia eletrônica
 - Vevo
 - Twitter
 - Songkick
 - Site
 - Live
 - TV e rádio de grande massa
 - Canais YouTubers
 - Streaming com propaganda
 - Vinil
3. Sobre objetivos: quais são, na sua opinião, os objetivos principais de um artista musical na atualidade? Não precisam ser objetivos econômicos. Podem ser musicais, artísticos, pessoais, etc.
- Por que faço música e para quem?
 - Atingir seu público.
 - Alcançar o máximo possível de público.
 - Despertar a atenção do público para a sua música.
 - Quantas pessoas preciso alcançar para poder me sustentar?
 - Ampliar seu público, buscando satisfação pessoal e autonomia financeira que lhe garanta condições de dar continuidade a seu trabalho.
 - Encontrar o seu público diretamente (sem atravessadores).
 - Passar a sua mensagem independente de qual ela seja.
 - Ser autêntico.
 - Construir e reconstruir sua identidade.
 - Ser dono de seu próprio tempo e agenda.
 - Fazer o que gosta.
 - Criar arte musical buscando satisfação artística, qualidade e inovação.

- Unir-se com os pares.
- A música em si, não o público.
 - Focar na música e não na parte performática.

- Fazer música de qualidade usando as ferramentas atuais.

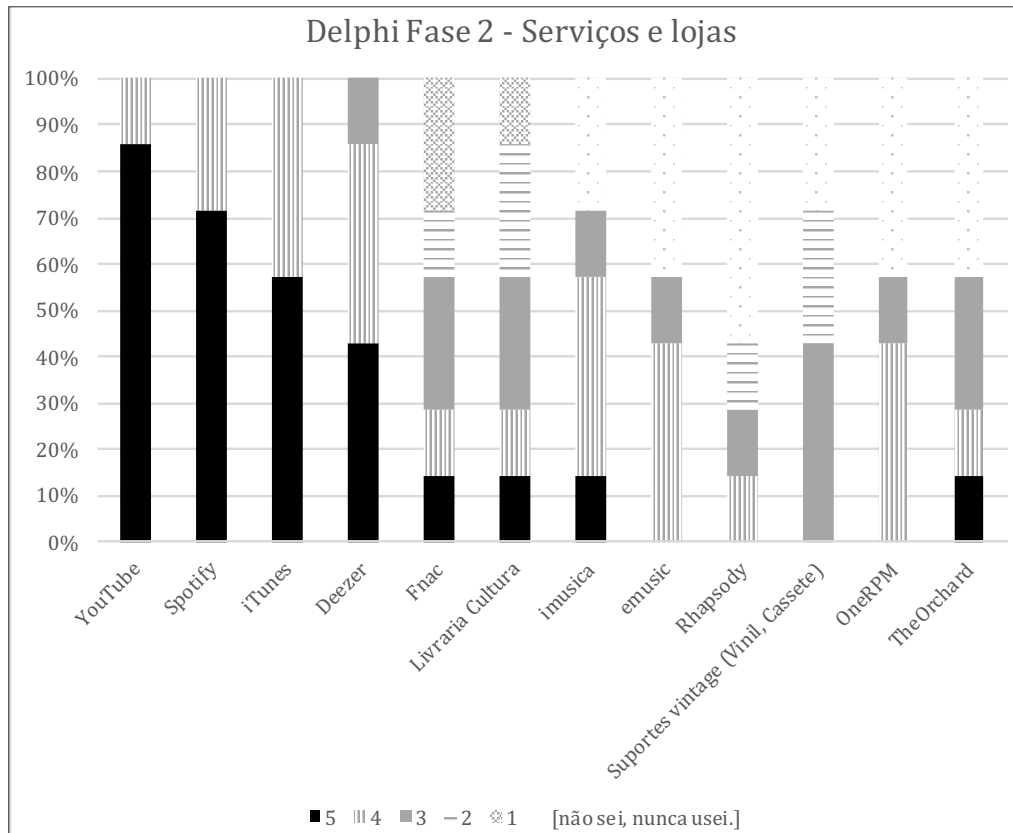
Segunda fase: quantitativa

Com o resultado da consolidação das respostas enumeradas livremente pelos entrevistados na primeira fase, foi elaborado um questionário no serviço *Google Forms*, o qual os entrevistados preencheram através de um link. O questionário apresentou todos os itens enumerados consolidados para categorização em uma escala de importância estilo Likert³, na qual o entrevistado deveria classificar aquele item entre 1 (menos importante) e 5 (mais importante), além da opção “Não sei, nunca usei”. A segunda fase foi objetiva e quantitativa, apenas com a resposta do formulário múltipla escolha. Os mesmos itens já listados na tabulação dos dados da primeira fase foram incluídos como opções de resposta desta segunda fase. As perguntas foram reformuladas ainda obedecendo aos mesmos temas de serviços e lojas, divulgação e objetivos:

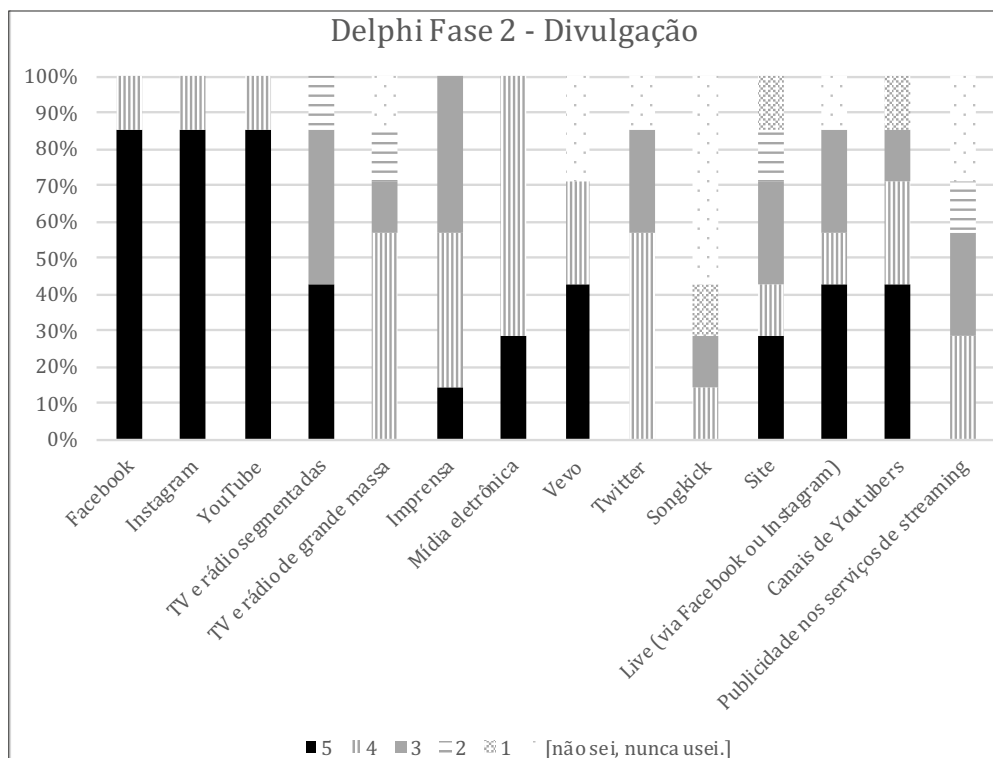
1. *Sobre serviços e lojas:* Quais, na sua opinião, são as lojas (físicas ou digitais) ou serviços de *streaming* mais relevantes que você acredita que gerem mais renda para os artistas independentes.
2. [Lista de plataformas com campos para demarcar importância]
3. *Sobre divulgação:* Quais, na sua opinião, são os meios que você acredita que sejam mais relevantes na divulgação da música de um artista independente.
4. [Lista de meios com campos para demarcar importância]
5. *Sobre objetivos:* quais, na sua opinião, são os objetivos principais de um artista independente?
6. [Lista de objetivos com campos para demarcar importância]

As respostas da segunda fase foram compiladas e transformadas em forma estatística em relação ao grupo. Os gráficos a seguir demonstram visualmente os resultados obtidos:

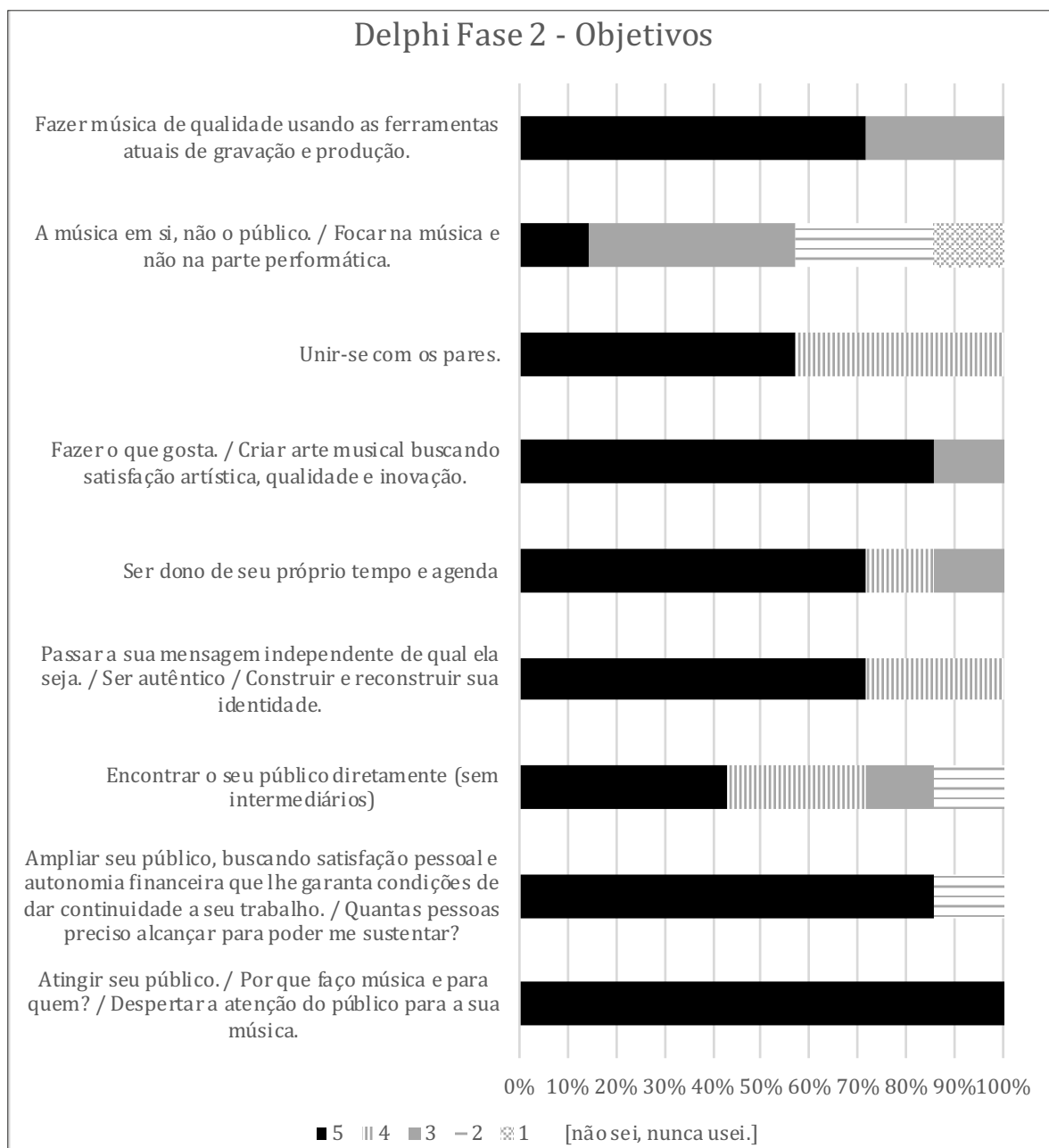
³ *Likert* é uma escala psicométrica usada em questionários em forma de tabela, colocando os itens em linhas e as opções para sua classificação em colunas (GEIST, 2010).



Compilação de respostas da pergunta 1: a importância dos serviços e lojas de música, numa escala de 1 a 5, segundo os entrevistados.



Compilação de respostas da pergunta 2: a importância dos veículos de divulgação, numa escala de 1 a 5, segundo os entrevistados.



Compilação de respostas da pergunta 3: a importância dos objetivos de um artista, numa escala de 1 a 5, segundo os entrevistados.

Terceira fase: consenso

A terceira fase foi construída com base nas respostas da fase anterior, comparando cada resposta individual com a média dos outros entrevistados. O questionário, agora individual, listou as respostas do entrevistado que ficaram diferentes da resposta com mais votos pelos colegas, confrontando as duas e pedindo uma justificativa.

Buscando incentivar os entrevistados a discutir e justificar suas respostas quando confrontados com a opinião da maioria, a mesma foi realizada inteiramente em meio digital para permitir que os mesmos tivessem tempo para repensar suas respostas quando questionados. As questões foram formuladas da seguinte maneira:

Sobre o YouTube como divulgação:

Você disse que é “4”. A maioria disse “5”. Mantém a sua? Por quê?

[campo de texto]

(...)

Sobre o site como divulgação:

Você disse que é “3”. O pessoal ficou dividido entre “5” e “3” na maioria, mas teve bastante variação. Mantém a sua? Por quê?

[campo de texto]

É importante ressaltar que cada entrevistado recebeu uma quantidade diferente de questões, por ter concordado mais ou menos com a média. Confrontados em suas discordâncias, os entrevistados modificaram algumas de suas respostas, porém sem grandes alterações nos resultados finais. Quando questionados sobre as suas respostas que, na segunda fase, haviam se destacado para fora da média dos outros, os artistas deram 85% de respostas justificando que mantém sua opinião discordante. A quantificação das respostas da terceira fase pode ser vista na tabela abaixo, no qual estão indicadas a manutenção ou alteração de opinião.

	Artista #1	Artista #2	Artista #3	Artista #4	Artista #5	Artista #6	Artista #7
Questões na fase 3	7	10	18	16	18	20	11
Alterações em direção à média	2	0	3	0	1	0	2
Alterações contra a média	0	0	1	0	0	0	0
Manutenções de opinião	4	10	13	14	17	20	7
Dúvidas/ desistências	1	0	1	2	0	0	2

O objetivo da terceira fase foi discutir os itens sobre os quais os entrevistados deram respostas diferentes, para identificar se um consenso é possível ou não. Dos 15% de alterações de respostas, 6% foram dúvidas ou desistências, no caso em que o entrevistado disse que não entende o suficiente do assunto para justificar sua resposta. Nesses casos a resposta foi alterada para “não sei, nunca usei”, pois entende-se que a resposta anterior era de certa forma aleatória. Uma resposta, que representa 1% das

100 questões enviadas no total, foi alterada na direção oposta da média, e apenas 8% foi em direção a um consenso.

Conclusão

A aplicação do Delphi permitiu evitar inconvenientes que os métodos que envolvem especialistas apresentam e nesta pesquisa pontuamos tanto a questão da pressão social do grupo sobre os indivíduos quanto a formação de acordos. Além disso, ressaltamos a importância do processo de transformação de respostas subjetivas, oriundos da primeira fase qualitativa, em dados qualitativos que permitem comparação e aprofundamento nos tópicos onde houve desvios.

Ainda que o objetivo textual do método Delphi seja o alcance de um consenso, a interpretação dos resultados foi utilizada de maneira alternativa por conta de sua pluralidade. Por contar com artistas de diferentes estilos a pesquisa já foi iniciada com a baixa expectativa de um consenso, reforçando o objetivo maior de identificar diferenças entre tais artistas, quando confrontados pela média de respostas dos outros entrevistados. Os artistas analisados, neste caso os “especialistas” entrevistados, são de diferentes gêneros e, já numa primeira observação, percebia-se que trabalham sua comunicação de maneiras diferentes entre si. Ao invés de ter como objetivo o alcance de um consenso, os dados quantitativos obtidos na segunda fase foram utilizados especialmente como instigadores de discussão na terceira fase, objetivando então contrapor opiniões, evidenciar as discordâncias e as diferenças de pensamento entre cada um dos sete artistas. Por conta disso, as justificativas apresentadas pelos artistas para manter ou refutar suas posições foram a parte mais significativa da aplicação da metodologia.

Referências

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Primeira versão. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.

The Berkman Center for Internet & Society at Harvard. Rethinking Music: A Framing Paper. Rethinking Music: A Briefing Book, pp. 7–26, 2011.

BM&A. **Pesquisa sobre o músico brasileiro**. Disponível em <http://bma.org.br/noticia/pesquisa-sobre-o-musico-brasileiro-421>. Acesso em 4 de junho de 2017.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

BUSSAB, Mauricio. **Como funciona o streaming de música para os artistas?** Disponível em: http://bit.ly/DG_tratore-streaming. Acesso em 10 de janeiro de 2016.

COUPER, Mick P. *The future of modes of data collection*. **Public Opinion Quarterly**, v. 75, n. 5, SPEC. ISSUE, pp. 889–908, 2011.

CUKIER, Daniel. **Playax, plataforma de desenvolvimento de audiência para profissionais da música**. Disponível em <http://www.playax.com.br>.

DE MARCHI, Leonardo. *Inovação e institucionalização na indústria fonográfica brasileira*: Um estudo de caso as estratégias de negócio de músicos autônomos no entorno digital. **Revista de Economia Política e las Tecnologias de la Información y de la Comunicación**, pp. 1–22, 2012.

FMC. **Music + Money Quiz**. Washington: Future of Music Coalition, 2014.

FMC. **Artist Revenue Streams Handout**. Washington: Future of Music Coalition, 2015.

FMC. **Artist Revenue Streams**. Disponível em <http://arsdata.futureofmusic.org/>. Acesso em 10 de janeiro de 2016.

GEIST, Monica R. **Using the Delphi method to engage stakeholders**: A comparison of two studies. *Evaluation and Program Planning*, v. 33, n. 2, pp. 147–154, 2010.

Guia do Associado. 2016. Disponível em <http://www.ubc.org.br/GuiaDoAssociado>.

GURGEL, D. *O novo público da indústria musical*: aquele que compra ou aquele que escuta? **Signos do consumo**, v. 8, n. 2, pp. 44–53, 2016.

GURGEL, D. **A imagem do músico em co-autoria com seu público**: Uma análise da produção amadora de imagens através da ótica de sete artistas independentes

e seus fãs. 2018. 316p. Dissertação de Mestrado – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

GURGEL, D.; RADFAHRER, L. “*Pra Você Dar o Nome*”: uma canção ressignificada através dos covers de fãs no YouTube. **Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2017.

IFPI. **Global Music Report 2017**. Zurich: International Federation of the Phonographic Industry, 2017

JENKINS, Henry. **Convergence Culture: where old and new media collide**. New York: New York University, 2006.

_____. **YouTube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; VICENTE, Eduardo; DE MARCHI, Leonardo. **Música infinita: serviços de streaming como espaços híbridos de comunicação e consumo musical**. Compós, pp. 1–19, 2015.

MANOVICH, Lev. **Instagram and contemporary image**. New York: Manovich.net, 2016. Disponível em <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>.

ROZADOS, Helen Beatriz Frota. **O uso da técnica Delphi como alternativa metodológica para a área da Ciência da Informação**. Em *Questão*, Porto Alegre, v.21, n.3, pp. 64-86, setembro/dezembro 2015.

Ser sonoro: ensaios sobre a música como forma de habitar

*Fernando Garbini Cespedes**

Resumo: A tese abordará, via ensaios, distintos fenômenos da experiência musical - dentre eles um antigo ritual indígena, o surgimento da canção popular na Era Moderna e as práticas do gosto musical dos séculos XX e XXI. Tais fenômenos serão conectados por meio da tese cosmológica de Peter Sloterdijk expressa na trilogia Esferas (2011; 2014; 2016). A obra servirá de substrato teórico para a apresentação dos fenômenos escolhidos como formas de criação de moradas sonoras, esferas antropogênicas de habitação.

Palavras-chave: Esferologia. Experiência musical. Ensaio.

Tema da pesquisa: Em “A origem do homem e a seleção sexual” Darwin especula que a música (vocalizações e atos percussivos) teve papel essencial nos processos de seleção sexual ao longo da evolução humana. O naturalista especula seguindo a tradição que conhecemos desde pelo menos Platão, para quem a música era capaz de evocar emoções. Pesquisas contemporâneas envolvendo campos distintos como neurociência, psicologia, psicoacústica e os estudos culturais apontam que práticas musicais estimulam a empatia entre distintas subjetividades (CLARKE; DENORA e VUOSKOSKI, 2014). A filosofia contemporânea de Peter Sloterdijk propõe que no cerne deste poder está a capacidade dos sons de nos ‘tocar à distância’ (SLOTERDIJK, 2011). Corroborar com a filosofia a própria física: de fato, o som é força mecânica que move o tímpano e todo o corpo.

O ato de envolver do fenômeno sonoro fala também da intimidade como experiência de escuta. A intromissão inerente ao som é indiscriminada: enquanto encontra matéria, propaga-se. A madeira das flautas, os ossos do ouvido, o couro dos tambores, o ar da sala de concerto, nada escapa à reverberação. Assim, se a única forma de deter o som é a ausência da própria matéria, que outra poderia ser a experiência sonora que não a de uma total, e íntima, imersão?

* Mestre e Doutorando no PPGCOM da ECA-USP na área de Comunicação e Ambiências em Redes Digitais. Bacharel em Comunicação Social também pela ECA-USP. Trabalhou como especialista de produtos no Google e produtor técnico-criativo no YouTube para a América Latina. Tem experiência nas áreas de comunicação digital, publicidade, produção e gestão de conteúdo para redes digitais, estratégia de marca, produção partilhada de conhecimento, etnografia musical e etnomusicologia. E-mail: fecespedes@gmail.com.

Neste sentido, nos perguntamos que lugar é este no qual estamos durante a experiência musical? Sloterdijk (2017) não sabe precisar a resposta a esta pergunta, mas diz estar certo de ser um lugar não inteiramente *no* mundo: estamos, ao ouvir música, indo em direção ao mundo ou dele fugindo. Esta metáfora transicional rumo ao incerto fala sobre movimento: os das moléculas de ar excitadas pela onda sonora, o dos corpos humanos vibrantes (e dançantes) em meio à música ou o movimento do próprio discurso musical.

Este último, o discurso musical, é, invariavelmente¹, o movimento em torno de um centro conhecido, o trânsito a partir de um ponto de partida familiar. Ainda que a musicologia ocidental tenha dividido a música entre *tonal* e *modal*, ambas trabalham com a ideia de um centro acolhedor, uma casa. Na música tonal, moderna e eurocêntrica, a casa é o acorde fundamental, a *tonalidade* da música, que estabelece, a partir de si, os demais acordes e suas funções, pontos de parada de uma jornada que sempre retorna à casa. Já na modal, a familiaridade está na nota fundamental de cada escala, o tom fixo, em torno da qual variam as melodias, explorado a periferia mas sempre pagando *tributo ao centro* (WISNIK, p.76).

Fazer ou escutar música é, assim, tanto habitar quanto construir esta casa. As formas de sentido possíveis, as emoções e sensações despertadas pela música são sempre relativas à forma, arquitetura e disposição dos cômodos que cria. Uma música que leva por lugares distantes e estranhos é uma casa com jardins, varandas e alpendres, cômodos que dão a dúbia sensação de estarmos em casa mas também fora dela, sentir-se seguro mas também desafiado. Esta é uma música que força os limites entre o conhecido e o desconhecido, revela o exterior mas, ao mesmo tempo, expõe seus habitantes. Já uma música cujo percurso se aventura menos por espaços desconhecidos, que prefere manter-se próxima ao centro, constrói uma casa menor, mas bem protegida. Esta, em seus espaços íntimos e poucas janelas, revela pouco do mundo exterior, mas acolhe e conforta.

As habitações sonoras com maior grau de acolhimento e intimidade (e que, portanto, têm em seu discurso musical um percurso que quase não se afasta do centro) talvez sejam as esferas criadas pelos sons de sinos e pelo *Om* (ॐ, em alfabeto devanagari). Sinos são usados como forma de criar congregações sonoras, habitações coletivas e sagradas pelo xintoísmo, budismo, taoísmo e cristianismo há milhares

¹ Os serialistas de Viena são exceção que comprova a regra, pois buscavam justamente formas de escapar do movimento gravitacional em torno do centro conhecido.

de anos. Na África, agogôs, sinos de pequeno porte, aparecem aos pares ou trios, no candomblé das nações Bantu, Iorubá e Fon. Nestas, assim como no catolicismo, o som dos sinos abrem a liturgia, criando a habitação sonoro-musical que hospedará, uma vez edificada, tanto os toques dos orixás quanto a missa católica.

O *Om*, ou *Aum*, é usado como parte dos mantras e cânticos do Hinduísmo, Budismo Tibetano, Jainismo e Siquitismo. Não possui a potência sonora do som dos sinos, mas nem seria necessário, uma vez que emula o já presente som primordial do universo. Ao ser vocalizado coletivamente pelos praticantes, cria, da mesma forma, a habitação sonora que, em consonância com o universo, abriga as práticas meditativas.

Habitações sonoras íntimas e acolhedoras são também aquelas construídas em meio aos antigos rituais musicais das comunidades orais. Tambores, chocalhos, flautas e corpos produzem, em torno da fogueira, uma redoma de proteção, imunização e coletividade. Não à toa, rituais - sejam ameríndios, sejam africanos - são quase sempre realizados em círculos e rodas, facilitando a edificação da esfera.

Tanto o *Om* quanto os sinos religiosos e os rituais musicais fazem parte de um grupo de práticas que compreende inúmeras formas de interação humana com os sons. Ambas fazem parte de um *musicar* (SMALL, 1998) que engloba atos de cantar, dançar, sentir, produzir, analisar, executar, discutir, apreciar e estudar sons, assim como todos os afetos e fenômenos de percepção decorrentes destas variadas formas de interação. A música é, portanto, matéria-prima para a construção de habitações, espaços esféricos de sentido.

Cada habitação sonora possui, como toda casa, peculiaridades de arquitetura e disposição. Um grupo de praticantes de meditação que vocaliza o *Om* cria uma esfera própria, mas também acredita colocar-se, via reverberação, dentro da esfera vibracional universal. O som do sino católico, ao propagar-se, delimita esféricamente a comunidade paroquial, cujo ponto central é a torre da igreja (SCHAEFFER, p.54).

Se pensarmos na evolução das tecnologias de transcrição, captação e transmissão de sons - seja a notação musical da Idade Média, as partituras impressas em tipos móveis, a mídia de massa do XIX e XX ou as redes digitais do XXI -, todas definiram e definem, a seu tempo, as formas arquitetônicas das habitações musicais proporcionadas por estes meios.

Toda vez que uma obra musical atravessa o tempo-espaço, em uma partitura levada a outro reino ou digitalizada e compartilhada via streaming, uma

habitação musical esférica se forma de maneira muito específica. Em tais contextos de transposição, as habitações parecem menos uma redoma única e totalizante, como a formada pelos sons dos sinos da igreja, e mais uma pluralidade de ambientes esféricos em formato de espumas, com seus compartimentos *isoladamente conectados* (SLOTERDIJK, 2016).

Eis o tema, portanto, desta pesquisa: as diversas formas de habitação sonoro-musicais criadas por humanos ao longo de sua história. Abrigados sob o tema estão não apenas obras, gêneros, escolas e compositores. Estão, em mesmo grau de importância, todos os fenômenos que, ao mesmo tempo, decorrem da edificação das habitações e reforçam seus alicerces. Embates em torno do gosto musical; dança; rituais e os musicais; performances; história da recepção; teorias e manuais de música; tecnologias de criação, recriação, suporte e compartilhamento; entre outros.

No âmbito desta pesquisa, alerta, não é possível falar em ‘objeto de estudo’. Falarmos em objeto de estudo - dentro da tradição acadêmica baseada no método científico tradicional - pressuporia uma separação entre sujeito-pesquisador e objeto-pesquisado que, pelo que foi exposto acima, não é possível no universo dos sons e da música. Se “a linguagem é a casa do ser” (HEIDEGGER, 2005, p.8), a linguagem sonoro-musical é a moradia formada por seus habitantes, seres sonoros. Os objetivos, metodologias, fundamentações teóricas e justificativas em torno desta pesquisa estarão sempre pautados pela impossibilidade de separar a casa de seus habitantes.

Objetivos: A crise das grandes narrativas (LYOTARD, 1984) e decorrente erosão dos sentidos (APPADURAI, 1996) associado aos deslocamentos dos universos político, econômico, tecnológico e social que hoje atravessamos, têm reflexo direto nos processos de construção das identidades contemporâneas. Em outras palavras, retomando a metáfora habitacional acima, novos tempos exigem e proporcionam novas formas de habitar (DI FELICE, 2009). Este projeto de investigação parte deste pressuposto para contribuir com os debates em torno de um fazer musical que engloba inúmeras formas de construção de sentido. O intuito principal é o de construir conhecimento que contribua com a aproximação entre sujeitos que habitam polos opostos nos espectros socioculturais (muitas vezes circunscritos em aspectos de gosto musical) ou, ao menos, fornecer substrato concreto para um maior entendimento e tolerância, de modo que possamos preservar a multiplicidade cultural e de estilos de vida em nossa sociedade.

É possível dividir os objetivos específicos deste projeto de pesquisa em três grupos. O primeiro deles trabalha conceitos teóricos e procura:

- Resgatar, via bibliografia ou métodos próximos da etnografia, formas de criação musical coletiva de comunidades orais como forma de criação de identidade e noção de pertencimento, restrito não apenas às performances mas também aos sistemas de conhecimento (mitos e cosmologias) a elas associadas.
- Debruçar-se sobre o período de transformações socioculturais, políticas e econômicas marcadas pelos avanços tecnológicos em que vivemos, propondo uma revisão bibliográfica com o objetivo de analisar as particularidades da apreciação, criação, consumo e usos musicais no contexto da comunicação reticular digital.
- Entender as funções e mecanismos de ação do gosto musical Moderno, suas transformações no mundo contemporâneo e seu significado em contextos hipermidiáticos, levando, assim, à possíveis novas concepções e usos para o termo.

O segundo grupo de objetivos surge quase compulsoriamente ao abraçar o conceito de gosto musical nos objetivos de pesquisa, uma vez que “não há luta acerca da beleza e do gosto estético cujo pretexto não seja, também, a imposição de uma arte de viver que (...) atira qualquer outra maneira de viver na arbitrariedade” (BOURDIEU, 2007, p.57), assim, neste contexto, adicionam-se os seguintes objetivos:

- Buscar apreender e compreender possíveis estratégias utilizadas por instituições (religiosas, políticas, econômicas, sociais) em tentativas de organizar, controlar e influenciar fluxos de criação, produção e recepção da música.
- Em oposição, buscar apreender e compreender possíveis táticas utilizadas por indivíduos, grupos sociais minoritários e culturas de resistência nas tentativas de escapar das estratégias institucionais, bem como influenciar o fazer musical de seus pares por meio de jogos de poder e linguagem (WITTGENSTEIN, 2012).

O terceiro e último grupo de objetivos específicos deste projeto de pesquisa gira em torno do conceito da pesquisa-ação (TRIPP, 2005) e buscará explorar as possibilidades contemporâneas de fazer musical advindas das tecnologias digitais reticulares. Este grupo de objetivos visa responder à duas latentes exclusões do que convencionou-se chamar formas legítimas de construção de conhecimento científico: o som e a expressão

estética (BARTHES, 2009; GADAMER, 2006 e DANTO, 2000). Assim, neste grupo de objetivos específicos pretendemos:

- Mapear alguns dos recursos tecnológicos e práticas disponíveis que permitam a criação, escuta, consumo, distribuição, produção, manipulação, fusão e edição dos sons musicais de quaisquer épocas e contextos, reforçando a potencialidade e o caráter democrático, disruptivo e difusor das tecnologias digitais.
- Criar, sobrepor, manipular ou editar trechos musicais ou de áudio que promovam interlocução com a produção escrita formal (artigos, trabalhos, ensaios).
- Promover, por meio das ferramentas de compartilhamento disponíveis, a interlocução e discussão das produções fruto das práticas citadas no item anterior, no contexto da produção partilhada de conhecimento.

Metodologias: Inicialmente, a proposta de aproximação junto às moradas sonoro-musicais criadas e habitadas pelos seres sonoros requer extenso trabalho de revisão, análise e comparação bibliográfica que privilegiará áreas como a das comunicações, sociologia, musicologia e etnomusicologia, antropologia, teorias estéticas e econômicas. Esta proposta de pesquisa, contudo, não se pautará somente na revisão e pesquisa bibliográfica: estudos exploratórios empíricos e de campo serão extremamente importantes pois permitem visitar as diversas moradas dos seres sonoros.

No que se refere às manifestações digitais, dos seres sonoros, recorreremos a combinações de metodologias como netnografia e a etnografia virtual (HINE, 2000) para apreender quaisquer textos, sejam eles interações, diálogos, vídeos, comentários, interfaces, comunidades, plataformas, imagens ou obras musicais coletados nos fóruns digitais comumente usados nas práticas musicais contemporâneas reunidas no conceito de *musicking* (SMALL, 1998).

Além disso, algumas linhas de aproximação baseadas na etnometodologia (GARFINKEL, 1967), na sociopoética (GAUTHIER, 2014) e na produção partilhada de conhecimento (LAZANEO; BATTISTELLA; BAIRON, 2015) privilegiarão a pesquisa como experimentação, a não hierarquia entre os saberes; a valorização dos conhecimentos e maneiras de aprender próprios das culturas dominadas e de resistência; o diálogo, o senso comum e a indeterminabilidade do objeto; a consideração do corpo como fonte múltipla de conhecimento (não só razão, mas também emoção, sensação, intuição,

gesto, canto, imaginação e sonho); a relevância de técnicas artísticas e seus modos de conhecimento para a produção de conhecimento e, por fim; aprender a incluir o conhecimento em processos de vida que não separem a realidade do imaginário, o corpo do pensamento crítico, a prática da abstração, o jogo da seriedade.

Em paralelo à observação de práticas musicais em ambientes de reticularidade digital, estudos de campo vêm sendo conduzidos para observarmos práticas musicais, principalmente em torno da performance, para que possamos, por comparação, explorar similaridades, diferenças, confluências ou complementações entre os ambientes digitais e não-digitais, ainda que cientes da impossibilidade de separação total entre os recursos tecnológicos e os humanos que deles se apropriam (LATOURE, 2005). Destacamos, dentre os estudos de campo, o trabalho realizado junto aos índios Pataxós de Barra Velha, em Janeiro de 2017, valioso para compor uma etnografia da música (SEEGGER, 2008) a fim de enriquecer a pesquisa relativa às práticas musicais de sociedades pré-modernas, relativas, em termos da Esferologia de Sloterdijk, ao período das Bolhas.

Além da pesquisa bibliográfica, etnografia virtual e netnografia, etnografias da música e investigações empíricas, outra corrente metodológica mostra-se oportuna a este trabalho. Entretanto, antes de apresentá-la, faz-se necessária a constatação, observada à luz da história da ciência, de que as regras que regulam a produção científica ocidental historicamente privilegiaram a expressão verbal, escrita e leitura, como únicas formas legítimas de produção, consolidação e transmissão de conhecimento teórico-científico. Este processo levou a uma drástica separação entre o racional e o sensível, denominados então ciência e arte. Como resultado, as formas de apreensão do mundo realizadas por meio da recepção estética de imagens e sons tornaram-se restritas ao que convencionou-se chamar de mundo das artes, ao passo de que o conhecimento científico foi alijado das formas sensíveis de investigação. Será, portanto, premissa para o sucesso deste procedimento metodológico (que coincide com o terceiro grupo de objetivos listados acima) o restabelecimento da experiência estética como fator válido para a pesquisa científica.

Em termos práticos, interfaces de mixagem e edição de áudio serão usadas para criar texturas sonoras (BAIRON, 2005) capazes de, retornando à metáfora de esferas de Sloterdijk, sobrepor Bolhas e Globos de culturas e práticas musicais isoladas para formar 'Espumas sonoras' que possam, esperamos, servir como mediadoras culturais. De forma a facilitar a conexão entre a experiência estética proporcionada pelas texturas sonoras e os conceitos teóricos e proposições que motivaram suas criações, paralelos textuais concisos serão criados para cada uma das texturas produzidas. Esta linha

metodológica será desenvolvida junto ao grupo de pesquisa *Sense and Sound*, parceria entre a USP e a Universidade de Stanford, nos Estados Unidos.

Justificativa: A crescente tendência de radicalização, intolerância e xenofobia em nossa sociedade – decorrentes de deslocamentos geopolíticos, socioeconômicos, culturais e tecnológicos – pede esforços no sentido de promover diálogo e entendimento mútuo. A presente pesquisa justifica-se, dentro do campo das Comunicações, na intersecção entre dois fenômenos contemporâneos: o primeiro, a crescente presença das tecnologias reticulares de comunicação nas relações entre as subjetividades, a produção de sentido e as trajetórias culturais populares, não apenas como estrutura que conecta atores, mas sim como parte do diálogo, por meio da figura do ator-rede (LATOURETTE, 2005). O segundo, o da fragmentação e deslocamento das identidades culturais do indivíduo Pós-Moderno (APPADURAI, 1996; HARVEY, 2004 e LYOTARD, 1984), fruto de mudanças estruturais de cunho econômico, tecnológico e social que terminam por impactar as noções de territorialidade, temporalidade e subjetividade. Assim, visto que nossa relação com os sons musicais são, também, formas de expressar identidade e situar indivíduos e grupos no plano sócio-cultural, parece-nos pertinente utilizar a música como base para discutir, confrontar e relacionar esses fenômenos comunicacionais, sociais e midiáticos.

Por fim, a relevância desta pesquisa se dá na necessidade urgente de, como sociedade, encontrarmos formas de reconciliar indivíduos e grupos polarizados nas escalas local e global. A crescente tendência de radicalização, formação de ghettos e xenofobia na esfera geopolítica tem evidentes reflexos no campo cultural e pede esforços no sentido da promoção de diálogo e entendimento mútuo. Pesquisas envolvendo campos distintos como a neurociência, psicologia, psicoacústica e os estudos culturais apontam que práticas musicais - entendidas além da estrita recepção atrelada ao consumo, alcançando composição, performance, ensaio, prática, dança (SMALL, 1998) - podem servir como ferramenta de interação e exploração intercultural, estimulando a empatia entre distintas subjetividades, transferindo à música novos papéis na disposição social e geopolítica da atualidade.

Fundamentação teórica: O alicerce teórico sobre o qual o presente projeto se ergue é composto por uma série de autores. Em primeiro plano, a pesquisa parte da trilogia *Esferas* (SLOTERDIJK, 2001; 2014; 2016) para explorar a música como criação coletiva de espaços de surgimento, habitação e convivência humana. A forma ensaística escolhida para a pesquisa dialoga com a proposta do filósofo alemão em *Esferas*, cujas três fases (Bolhas, Globos e Espumas) serão contempladas nos ensaios, estes conectados pela própria teoria esferológica.

Para dar robustez à definição do “objeto”, a música será definida em amplo espectro, incluindo quaisquer tipos de performances musicais (SMALL, 1998) como composição, execução, escuta, dança, discussão, estudo, ensaio, entre outros, além dos fenômenos corporais de percepção e escuta (MERLEAU-PONTY, 2005; NANCY, 2007). Os casos escolhidos conectam-se também por seu caráter lúdico (HUIZINGA, 1949). Ao traçar os objetivos, nos voltamos ao desvelamento das estratégias e táticas (CERTEAU, 2007) utilizadas pelos diversos actantes, sejam eles indivíduos, grupos, instituições, gêneros, práticas musicais ou tecnologias musicais, borrando a fronteira entre humanos e inumanos (LATOURE, 2005).

Recorreremos a etnometodologias e etnografias (GARFINKEL, 1967; BASTOS, 1999; SEEGER, 2008) para desenvolver, de forma ensaística, os casos que, uma vez conectados pela Esferologia, resultarão na tese final. A criação de texturas sonoras (BAIRON, 2005) aparece como forma de incluir a experiência estética no fazer científico (GADAMER, 2006). A justificativa para o projeto aparece na crise das grandes narrativas (LYOTARD, 1984) e decorrente erosão dos sentidos (APPADURAI, 1996) contemporâneas.

Resultados: Por fim, sendo a justificativa da pesquisa a constatação de que práticas musicais estimulam a empatia entre distintas subjetividades, o sucesso da mesma está no alcance que sua produção obtiver. Aproximar manifestações musicais tão diversas quanto a música ameríndia de tradição oral, as canções populares urbanas da Idade Moderna, a música pop de massa do XX e a música contemporânea baseada nas tecnologias digitais em rede pode conferir à música papéis de mediação social na geopolítica atual. Assim, seu sucesso será alcançado à medida que atingir realidades distintas à deste autor. Até o primeiro semestre de 2018, artigos, produções e aulas frutos dos primeiros anos da pesquisa serão publicados e ministrados em Portugal, pela Universidade de Coimbra (CESPEDES, 2017) e nos Estados Unidos pela Stanford University².

Referências

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large**. Un. of Minnesota Press, 1996.

BAIRON, Sérgio. **Texturas sonoras: áudio na hipermídia**. São Paulo: Hacker, 2005.

BARTHES, Roland. **The grain of the voice**. Northwestern University Press, 2009.

BASTOS, Rafael José de Menezes. **A musicológica Kamayurá**. Florianópolis: UFSC, 1999.

² <http://www.senseandsound.org>.

BOURDIEU, P. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.

CESPEDES, Fernando. *Música das Cidades: o surgimento da canção popular moderna como forma de representação do indivíduo*. **Revista Mediapolis**. Imprensa da Universidade de Coimbra, nº 5, 2017.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

CLARKE, Eric; DENORA, Tia; VUOSKOSKI, Jonna. **Music, Empathy and Cultural Understanding**. Reino Unido: Oxford Research Centre in the Humanities, 2014.

DANTO, Arthur. **Philosophizing art**. University of California Press, 2000.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. São Paulo: Annablume, 2009.

GADAMER, Hans Georg Gadamer. **Estética y hermenéutica**. Madrid: Tecnos, 2006.

GAUTHIER, J. *A Sociopoética como prática de pesquisa integral*. **Revista Enfermagem**. UERJ, v. 22, número 6, 2014.

GARFINKEL, Harold. **Studies in Ethnomethodology**. Malden: Polity/Blackwell Pub, 1984.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 6a edição. São Paulo: Loyola, 1996.

HEIDEGGER, Martin. **Carta sobre o Humanismo**. São Paulo: Centauro, 2005.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. Sage, 2000.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. Londres: Routledge, 1949.

LATOUR, Bruno. **Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory**. New York. Oxford University Press, 2005.

LAZANEO, Caio; BATTISTELLA, Roberta; BAIRON, Sérgio. *Fundamentos da produção partilhada do conhecimento e o saber do Mestre Griô*. **Revista Diversitas**. São Paulo, n. 3, abril de 2016.

LYOTARD, Jean-François. **The Postmodern Condition**. University of Minnesota Press, 1984.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Phenomenology of Perception**. Londres: Taylor & Francis, 2005.

NANCY, Jean Luc. **Listening**. Nova Iorque: Fordham Un. Press. 2007.

SEEGER, Anthony. **Etnografia da música**. São Paulo: Cadernos de campo, n.17, 2008.

SCHAFER, R. Murray - **The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World**. Destiny Books, 1993.

SLOTERDIJK, Peter. **Spheres: Bubbles**. Los Angeles: Semiotext(e), 2011.

_____. **Spheres: Globes**. Los Angeles: Semiotext(e), 2014.

_____. **Spheres: Foams**. Los Angeles: Semiotext(e), 2016.

_____. **The Aesthetic imperative**. Polity, 2017.

SMALL, Christopher. **Musicking**. Middletown: Wesleyan University Press, 1998.

TRIPP, David. *Pesquisa-ação: uma introdução metodológica*. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 31, n. 3, setembro/dezembro 2005.

WISNIK, José M. **O som e o sentido**. Companhia das Letras: São Paulo, 1989.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Investigações filosóficas**. Editora Vozes, 8ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2012.

Atribuição de confiança em rede: os fatores que formam os grupos de referência

*Bruna Seibert**

Resumo: O trabalho tem como objetivo identificar os pontos de convergência e divergência entre os aspectos de liderança e autoridade, observando de que forma o usuário atribui confiança aos conteúdos distribuídos por outros usuários em ambiências online. Para tanto, estão sendo realizadas análise de conteúdo, metodologia Q e *survey* com o objetivo de avaliar qualitativa e quantitativamente o fenômeno de influência entre usuários e seus grupos de referência.

Palavras-chave: 1. Consumo 2. Atribuição de confiança 3. Grupos de referência.

Resumo expandido

O campo comunicacional, em especial da Publicidade e Propaganda, agrega uma série de estudos sobre consumo. Porém, existem inúmeros vieses que podem observar o consumo e um dos mais usuais é a observação e análise do comportamento do consumidor. Entretanto, mesmo com uma infinidade de estudos na área, é intangível a quantidade de possibilidades ainda inexploradas na área. Este artigo busca explorar uma área bastante específica e com pouquíssimo conteúdo acadêmico que elucide e analise um dos fenômenos emergentes da Era Digital: a adaptação do boca a boca tradicional ao boca a boca eletrônico, onde pessoas recorrem a opiniões de desconhecidos para embasar seus próprios comportamentos e opiniões.

O processo de consumo é complexo e sofre constantes transformações. Em função das constantes novas demandas e ofertas do mercado, o comportamento do consumidor se reorganiza, transformando hábitos em novos rituais e reformulando rituais antigos. Este artigo visa alargar os paradigmas acerca das conexões – especificamente do mundo digital - entre consumidores e seus grupos de referência, buscando entender como se formam tais grupos, de que forma acontecem as trocas de informações, como acontece

* Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UNIFRA, mestra e doutoranda em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e bolsista CNPq. E-mail: bruna.smotta@gmail.com.

a atribuição de valência entre os pontos da rede e quais são os fatores dos pontos de conexão que mais impactam na tomada de decisão de consumo.

Partindo da bibliografia existente – com aporte na comunicação, psicologia social e algumas áreas das ciências exatas – constrói-se o corpo teórico deste artigo, que demandará ainda o atrelamento de pesquisa exploratória e de campo, tendo em vista a constante necessidade de observar o fenômeno, suas efêmeras e constantes mudanças e, logicamente, da subsequente coleta de dados em estudos futuros que quantificarão e darão escopo para as análises das observações e corroboração ou dissuasão das hipóteses levantadas no presente artigo.

Entender como comportamentos são disseminados nas redes sociais é um esforço urgente e constante para que seja possível, dentre diversos outros fatores, acompanhar as mudanças dos rituais de consumo que se formam e transformam diariamente entre os consumidores.

Julgar e escolher informações relevantes sempre demandou certo esforço cognitivo. A popularização da internet, entretanto, potencializou a dificuldade de absorver este processo ao passo que ampliou o alcance das mensagens e possibilitou a concentração de informações em diversas plataformas retroalimentadas pelos próprios usuários. Não obstante, ampliou a efemeridade dos comportamentos que sofrem constantemente mudanças significativas, exigindo do mercado e da academia o acompanhamento e análise dos consumidores, tendo em vista o impacto direto de tais alterações em ambos âmbitos.

É importante salientar que o processo de consumo implica em todo processo de julgamento, decisão e escolha. No caso específico do fenômeno aqui observado, a influência de outros consumidores (BICKART & SCHINDLER, 2001; GRUEN et al., 2007) na construção da decisão a partir do prosumo (TOFFLER, 1980; ANDERSON, 2006).

Estimar os efeitos dos pares é um esforço das mais diversas disciplinas das ciências sociais. Para às áreas afins dos estudos de comportamento do consumidor, entender este contágio (CHRISTAKIS; FOWLER, 2009; 2015) de informações implica no monitoramento e apreensão da magnitude das influências acerca de um produto ou serviço (ARAL; MUCHNIK, SUNDARARAJAN, 2013), por exemplo.

A psicologia social propõe diversos vieses de estudo para falar de influência. Neste trabalho optou-se por observar como ocorre o processo de atribuição de confiança na rede por se tratar de um fenômeno de compartilhamento da decisão a partir da opinião de pessoas, em geral, desconhecidas. O processo de atribuição de valência a uma resposta em detrimento a outra demonstra a confiança de que se

está tomando a melhor decisão e, por isso, observar como o consumidor decide por tal escolha é deveras relevante.

As conexões que se formam nas ambiências digitais geram relações que possuem valências diferentes do que na interação *offline*. Além do rompimento das fronteiras territoriais, as interações ganham novas perspectivas.

O processo cognitivo de como tomamos decisões baseia-se no modelo clássico de escolha racional que segue uma estrutura normativa. Todavia, a teoria normativa não descreve como tais julgamentos e tomada de decisão, especialmente sob aspectos da incerteza, ocorrem e os estudos neste campo demonstram que os comportamentos desviam-se sistematicamente das diretrizes normativas (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979). Nesta linha, Simon (1957) já afirmava que tomadores de decisão buscam fazer o melhor que podem de acordo com as limitações – tempo, dinheiro, conhecimento – com as quais estão lidando.

Para que os comentários deixados em um site sejam relevantes, há diversos fatores implicantes. Entretanto, nossa análise discorre sobre a atribuição de confiança e valência nos comentários *online*, buscando entender como se formam as relações de autoridade e liderança entre emissor e receptor e quais são as dissonâncias entre estes dois fenômenos.

Os comentários deixados em páginas, redes sociais e aplicativos não pressupõe, em geral, conexões diretas obrigatórias entre os usuários da ambiência. O que significa que as pessoas expostas a um comentário não conhecem necessariamente o emissor da mensagem. Da mesma forma, nem todas as ambiências possuem ferramentas de mensuração ou valência das mensagens deixadas, tampouco do usuário emissor.

Autoridade e liderança

Autoridade é um termo largamente utilizado na academia para tratar dos fenômenos de influência nas mais diversas disciplinas que utilizam como base a psicologia social. Entretanto, é necessário alinhar o sentido de autoridade ao contexto aos propósitos de pesquisa deste artigo.

Quando se trata de autoridade, obediência e hierarquia são duas palavras que aparecem como sinônimos. O conceito de autoridade é, *a priori*, atribuído a questões de poder, onde alguém fala e outros obedecem (CIALDINI, 2006). Entretanto, o conceito de autoridade, utilizado neste artigo, será o de autoridade cognitiva (WILSON, 1983) por considerar que o receptor da mensagem passa por um processo consciente de

reconhecimento do discurso, absorção e aceitação do mesmo, implicando no depósito de confiança, pois a confiabilidade assemelha-se a uma espécie de fé (GIDDENS, 1991).

Para tanto, consideram-se aspectos de credibilidade da informação a partir daquilo que Wilson (1983) considera autoridade cognitiva, levando em consideração o prestígio, respeito, reputação da fonte, autor ou instituição como formas de conferir competência e confiabilidade à mensagem a ser absorvida. Neste caso, pretende-se contrapor o conceito de autoridade na rede e o conceito de autoridade *offline*, tendo como um dos pontos de partida, que a atribuição de autoridade cognitiva é dada de forma diferente em ambientes *onlines* e no mundo *offline*.

Para considerar aspectos de credibilidade, entretanto, a literatura sugere ser necessária a identificação de quem está emitindo a informação sob os seguintes aspectos: a) sua identidade; b) reputação; c) qualificações; d) verificação da identidade e credenciais (FRITCH;CROMWELL, 2001). Uma das maiores urgências dos estudos de atribuição de confiança é justamente mensurar a relevância destes itens diante a contraposição com o conteúdo em si e, por isso, acredita-se que a atribuição de confiança na rede demanda mais do conteúdo em si do que dos adereços atribuídos aos avatares/perfis (via algoritmos).

Essa forma da plataforma endossar o usuário lhe atribui, até certo ponto, autoridade, salientando as potencialidades do usuário e contribuindo para que o mesmo seja observado como alguém – supostamente – mais importante e favorecendo sua visibilidade pois, em geral, quanto maior a participação do usuário na plataforma, maior sua nota e maior a chance dele ser destacado dentre os outros.

Entretanto, o que buscamos aqui é demonstrar que esta atribuição automática (algoritmos) não necessariamente media a atitude do receptor, mas sim o conteúdo da mensagem. Ou seja, quando o conteúdo da mensagem for um alerta (*gatewatching*), mesmo que o usuário não tenha a validação das credenciais da plataforma representando autoridade (nota de colaboração), o engajamento dos usuários será igual ou maior do que àquelas com o endosso da plataforma, justamente pela aversão ao risco.

A homofilia da rede é causada pela tendência que os sujeitos têm de adaptarem e reforçarem suas crenças a partir da junção de conhecimentos da sua rede (SUNSTEIN, 2007). Essa homofilia se amplia quando pensamos no sentido de rede digital, pois o alcance dos grupos é praticamente ilimitado. Majoritariamente, os comentários deixados nas ambiências *online* são dadas por perfis de desconhecidos e a forma como as pessoas atribuem confiabilidade e competência a esta dependerá de como a mensagem impacta cada receptor.

Ao contrário da autoridade, entretanto, temos o sentido de liderança atrelado à confiança em um sentido menos de dominação e mais de espelho. O usuário considera líder aquele que o convence de algo não a partir de seu cargo ou de uma norma, por exemplo, mas sim pelo reconhecimento do receptor, seja por identificação, empatia, endosso do grupo ou outros aspectos relevantes.

Por isso, líder

refere a seres que buscam ser reconhecidos como participantes, por seus direitos e suas contribuições particulares; seres que procuram organização e significado em torno de objetivos compartilhados e, nesse outro sentido, que dividem funções; e, finalmente, seres que trocam e, pelo fato de agir na racionalidade simbólica, essas trocas são, em grande parte, também simbólicas (HUPFER, 2016, p. 151).

Desta forma, a relação entre líder e liderado ocorre de forma mais subjetiva, em que o respeito e a atribuição da confiança são mais genuínos e duradouros por se tratar de uma construção bilateral (HUPFER, 2016, p. 151).

Isso corrobora o fato de que um usuário desconhecido, sem valência atribuída pelas ambiências digitais (tais como notas, estrelas ou quaisquer outras formas de ranqueamento), pode ser considerado líder de opinião a partir do seu conteúdo. O diálogo entre líder e liderado deve acontecer de forma com que haja identificação entre os sujeitos, o que, possivelmente, acarretará em engajamento (HUPFER, 2016).

Em síntese, todo líder exerce um papel de autoridade, porém, nem toda autoridade exerce o papel de líder e, em ambos os casos, estamos lidando com questões de poder, confiança e credibilidade em diversos níveis.

Por conta disto, temos outras considerações a respeito das diferenças entre líder e autoridade. Sendo a figura de autoridade referente à hierarquia e obrigações, podemos aferir que este trata-se de um estado de poder duradouro, ao menos enquanto os fatores que o levaram a ser considerado autoridade, mudem.

O conceito desenvolvido por Bittencourt (2016), de Príncipe Digital, vai ao encontro do conceito de influenciador que defendemos. Trata de observar o usuário da rede como alguém que, a partir de conteúdos dinâmicos e difusos disponibilizados nas redes digitais, promove, de certa forma, mobilização social (IDEM, p.114). É um movimento contra hegemônico, onde o cidadão comum se apossa do direito à palavra e, caso atinja outros usuários, consegue a relevância necessária para ser suficientemente disseminado ao ponto de atingir grupos de interesse. No entanto, nem sempre se alinha com a percepção do usuário, pois outros fatores atuam nesta interação que não apenas os dados disponibilizados.

Surowiecki (2006) chama este fenômeno de “sabedora das multidões”, corroborado por Shirky (2011) como “inteligência coletiva”, atribuídos ao poder que os usuários possuem ao conseguir causar mobilização, influência ou comoção, por exemplo, e influência social segundo Cialdini (2011).

Definidas as diferenças entre autoridade e liderança, passamos a questão da confiança. Ela é definida como o estado psicológico em que um indivíduo inclina-se à aceitação de sua vulnerabilidade em relação a expectativas positivas nas intenções de outrem (TERRES et al., 2011), assumindo os riscos percebidos de acordo com sua vivência prévia (SAHIN et al., 2011).

Entretanto, confiança não é um conceito trivial e homogêneo. Existem posicionamentos diversificados quando se busca a definição de confiança. Mas esta passa, geralmente, por aversão ao risco e incertezas, sendo ainda algo que, por conta de sua subjetividade, é difícil mensurar.

Além disso, voltamos às questões dos algoritmos. Os estudos que tangem a relação de autoridade e algoritmo estão majoritariamente atribuídos às áreas de Sistemas da Informação e Tecnologia. Na busca por referências na área foi possível encontrar algumas centenas de artigos relatando entender a relação da *expertise* dos usuários e o ranqueamento das informações em comunidades de perguntas e respostas (CQA).

Para Yang et al, “the expertise of users under a specific topic in CQA can be interpreted as the ‘authority’ of web pages in hyperlink environment ” (YANG, et al., 2013, p. 102) e é mensurada, grosso modo, através da teoria dos grafos que considera o número de todas as respostas dadas pelo usuário em determinado ambiente, dividido pelo número de questões. Ou seja, este artigo considera autoridade a partir da proporção respostas/perguntas para atribuir autoridade. Nas redes sociais e plataformas de consumo esse método não se demonstra ideal; afinal, tanto em redes sociais (Facebook, Twitter etc.), quanto em plataformas de consumo como o TripAdvisor, por exemplo, o usuário não é perguntado de algo, necessariamente. São ambiências onde o *gatewatching* age naturalmente, sem fins de ganhos.

A noção de *expertise* foi atribuída também a: a) número de qualificações de “melhor resposta” do usuário (BOURGUESA et al, 2008), b) relação de número de seguidores-seguidos (JURCZYK & AGICHTEIN, 2007), c) especialidade do usuário (ZHANG et al, 2007), d) similaridade entre usuários (GUO et al, 2008), e) algoritmos de modelo de probabilidade linguística preditor da melhor resposta (LIU et al, 2005) e, dentre tantos outros, o que mais aproxima do que é possível mensurar em sites de comentários de

consumidores, f) sistema de ranqueamento com base na reputação atribuída pelos comentários do usuário (CHEN et al, 2001).

Todos estes itens são fatores longitudinais, que perduram até que os parâmetros do ambiente sejam reavaliados. Via de regra, os sites que contam com contribuição dos usuários ordenam as informações cedidas por fator de relevância, em geral, medida justamente pela *expertise*. Por isso, os primeiros comentários são aqueles que o algoritmo utilizado pela plataforma julga ser mais interessante ao usuário que está navegando na página. Isto é o que chamamos, nesta tese, de autoridade do algoritmo: aqueles que possuem o endosso da ambiência (que pode ser também cruzada com dados de validação de outros usuários como a atribuição de notas) como alguém que merece estar com seu comentário acima dos demais. O que não necessariamente implica em ser percebido pelo usuário como um líder de opinião, de fato. Pois o líder de opinião é definido como príncipe digital, sendo uma percepção do indivíduo receptor, ou seja, é uma decisão muito mais ativa em contraponto à passividade proposta pela plataforma.

Considerações

Os aspectos que fazem o consumidor decidir entre produtos e serviços são diversos e subjetivos. Entretanto, o uso da rede para facilitar e aumentar o alcance das opiniões dos usuários sobre os atributos que permeiam as marcas requer atenção contínua e mapeamento.

O que se espera dos estudos de atribuição de confiança na rede é que seja possível confirmar em que casos a minoria é capaz de modificar a opinião do grupo e como e em que níveis as conexões, *expertise* e a boa reputação dos pares é importante no endosso da decisão de compra. Ou seja, identificar os fatores determinantes que fazem com que o público atribua confiança a desconhecidos, tornando-o uma autoridade e/ou liderança no assunto em questão.

Referências

ANDERSON, Cris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARAL, S.; MUCHNIK, L.; SUNDARARAJAN, A. *Engineering social contagions: optimal network seeding in the presence of homophily*. **Network Science**, vol. 1, número 2, 2013.

BICKART, B.; SCHINDLER, R. *Internet forums as influential sources of consumer information*. **Journal of Interactive Marketing**, v. 15, 2001.

BITTENCOURT, M. **O príncipe digital: estruturas de poder, liderança e hegemonia nas redes sociais**. São Paulo, 2016. Tese de doutorado – ECA/USP.

BOUGUessa, M.; DUMOULI, M; WANG, S. *Identifying authoritative actors in question-answering forums: The case of yahoo! answers*. In: **Proceedings of the 14th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery & Data Mining (KDD)**, 2008.

CHEN R., YEAGER W. **Poblano** – a distributed trust model for peer-to-peer networks, 2001, Sun Microsystems.

CHRISTAKIS, N.; FOWLER, J. **Connected: the surprising power of our social networks and how they shape our lives**. Nova Iorque: Little, Brown and Company, 2009.

_____. **Social Network Sensors for Early Detection of Contagious Outbreaks**. PLoS ONE, v. 10, 2010. Disponível em <http://www.nicholaschristakis.net/pdf/publications/articles/112.pdf>. Acesso em 3 de janeiro de 2015.

GRUEN, T., OSMONBEKOV, T. AND CZAPLEWSKI, A. *eWOM: the impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty*. **Journal of Business Research**, vol. 59, 2007.

GUO, S; XU, S;. BAO, S; YU, Y. **Tapping on the potential of QA community by recommending answer providers**. In: Proceedings of the 17th ACM Conference on Information and Knowledge Management (CIKM), 2008.

HUPFER, C. L. **Liderança e luta por reconhecimento: trocas da relação eu-outro**. São Paulo, 2016. Tese de doutorado – Instituto de Psicologia/USP.

JURCZYK, E; AGICHTEIN, E. **Discovering authorities in question answer communities by using link analysis**. In: Proceedings of the ACM 16th Conference on Information and Knowledge Management (CIKM), 2007.

LIU, X; CROFT, W; KOLL, M. **Finding experts in community-based question answering services**. In: Proceedings of the 2005 ACM CIKM International Conference on Information and Knowledge Management (CIKM), 2005.

SAHIN, A., ZEHIR, C., E KITAPÇI, H. **The effects of Brand Experience, Trust and Satisfaction on Building Brand Loyalty**: an Empirical Research on Global Brands. 7th International Strategic Management Conference, 2011.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. 8ª. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

YANG, L. et al. **CQArank**: jointly model topics and expertise in community question answering. CIKM 13 Proceedings of the 22nd ACM international conference on Information & Knowledge Management. ACM: New York, 2013.

Imagem-rede: a influência da circulação em rede na produção imagética

Raul Ernesto Pereira*

Resumo: Considerando que o advento das redes sociais fez emergir um novo modelo de circulação de informação que, junto com os smartphones, impulsionou em larga escala a produção de tecnoimagens – as imagens produzidas por aparelhos – o presente trabalho objetiva identificar e conceituar, dentro deste universo, as imagens que absorveram as características de circulação antes mesmo da etapa de produção, configurando-se, assim, o que pretende-se denominar como *imagens-rede*.

Palavras-chave: Tecnoimagem. Fotografia. Redes sociais.

Introdução

Mantendo-se no território entre fotografia e redes de comunicação digital, pretende-se aqui discutir sobre as imagens colocadas em circulação nas redes sociais e o compartilhamento em rede, que vem assumindo a finalidade da produção imagética. A hipótese levantada aponta para a possibilidade de constatar que antes mesmo da imagem ser produzida, as características da circulação em rede, considerada uma etapa posterior à tomada da fotografia, já fazem parte da ação primeira de se pensar em tirar uma foto. Nesse sentido, busca-se destacar este tipo de imagem dentro do universo das imagens técnicas por meio de uma revisão bibliográfica. Seria o que aqui definimos como *imagem-rede*: uma imagem produzida com a finalidade e as características do compartilhamento em rede.

Repassando o caminho percorrido pelas imagens na contemporaneidade, este trabalho tratará de explorar a tríade produção, circulação e recepção/interação para alcançar o embasamento da referida imagem-rede. Para tal, é fundamental pontuar algumas discussões a cerca do tema. Um exemplo é a necessidade de se evidenciar o conflito do modelo horizontalizado e descentralizado de produção e propagação em

* Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. E-mail: raul.pereira@outlook.com

rede com o modelo verticalizado de programação, imperante no mundo digital, para compreender como a circulação se faz presente antes mesmo da produção.

Importante esclarecer que neste trabalho imagem, tecnoimagem e fotografia são postas como denominações de grande proximidade, quando não como sinônimos. Isso porque “tudo indica que não haverá mais sentido em se diferenciar estruturalmente imagem fotográfica, imagem do vídeo e imagem cinematográfica: todas parecem convergir à tela” (SOUZA E SILVA, 2016, p.135). Ainda assim, a fotografia tem um peso importante nesse universo, uma vez que é ela a primeira imagem produzida por aparelho (FLUSSER, 2002, 2008). Aparelho este, vale mencionar, que não serve apenas de instrumento para produção de imagens, mas também como um “modelo para todos os aparelhos característicos da atualidade e do futuro imediato” (FLUSSER, 2002, p.13).

Produzir

Desde a invenção do daguerreótipo em 1839, o primeiro aparelho a fixar imagens do mundo exterior em uma superfície, o gesto humano passou a dividir espaço com o gesto tecnológico na produção de imagens. Basta citar que os retratos antes eram pintados à mão por pintores que esbanjavam destreza ao elaborar traços de pincéis nas telas que se assemelhavam aos traços físicos do rosto, corpo e trajés dos retratados, e que com o passar do tempo, estes mesmos traços na imagem passaram a ser fixados automaticamente pela fotografia. O peso da tecnologia no processo imagético suscitou um debate infrutífero por pelo menos 100 anos subsequentes ao daguerreótipo, período de forte desenvolvimento da fotografia, tal como descreveu Walter Benjamin, em *Pequena história da fotografia* (1987).

Os inúmeros debates realizados no século passado sobre esse tema no fundo não conseguiram libertar-se do esquema grotesco utilizado por um jornal chauvinista, *Leipziger Anzeiger*, para combater a invenção diabólica de além-Reno. Querer ‘fixar efêmeras imagens de espelho não é somente uma impossibilidade, como a ciência alemã provou irrefutavelmente, mas um projeto sacrílego. O homem foi feito à semelhança de Deus, e a imagem de Deus não pode ser fixada por nenhum mecanismo humano. No máximo o próprio artista divino, movido por uma inspiração celeste poderia reproduzir estes traços ao mesmo tempo divino e humanos.’ (...) Foi com esse conceito fetichista de arte, fundamentalmente antitécnico, que se debatiam teóricos da fotografia durante quase sem anos, naturalmente sem chegar a qualquer resultado. Porque tentaram justificar a fotografia diante do mesmo tribunal que ela havia derrubado (BENJAMIN, 1987, p. 92).

Ao passo que foi sendo aceita, ou melhor compreendida esta nova modalidade de imagem, a fotografia, a pioneira das imagens produzidas por aparelhos, foi sendo desenvolvida. Ainda assim, é possível observar que prevaleceram características das imagens tradicionais, como aquelas das telas pictóricas, para classificar as produções fotográficas. Basta perceber que “os gêneros consagrados foram herdados da pintura: retrato, paisagem, alegoria e natureza morta” (SOUZA E SILVA, 2016, p. 59).

O percurso percorrido pela fotografia é importante para contextualizar a imagem técnica atual. Se algumas práticas foram superadas, como o cuidado e manuseio dos filmes ou o controle e a contagem de poses ainda restantes no rolo, outras permaneceram ou evoluíram. Ainda em 1931, Walter Benjamin já destacava que o observador sentia a “necessidade irresistível de procurar nessa imagem a pequena centelha do acaso, do aqui e agora” (BENJAMIN, 1987, p.94). Mais tarde, o lançamento das câmeras Polaroid se mostra como uma “evidência de que a instantaneidade da imagem fotográfica sempre foi desejada” (SOUZA E SILVA, 2016, p.46). Hoje, sob o contexto de circulação das redes sociais, essa centelha do aqui e agora parece mais imponente do que nunca.

Assim como houve, no início da história da fotografia, um certo estranhamento com a nova tecnologia, o que culminou num debate anti-técnico relatado por Benjamin, também ocorreu um estranhamento durante a transição do analógico para o digital. Nesse período a fotografia chegou a ter extensões quase que obrigatórias em sua denominação para que fosse evidenciado qual era a tecnologia utilizada em sua produção. Num primeiro momento chamavam-na simplesmente de fotografia. Num segundo momento, durante a transição, era classificada entre fotografia analógica e fotografia digital. Hoje ela desprende-se novamente dos adjetivos e volta a ser chamada unicamente de fotografia, só que desta vez já é esperada sua formatação numérica.

Há de se observar, no entanto, que a evolução de uma das características da fotografia foi fundamental para a maneira como ela se encontra hoje: sua lógica computacional e calculatória. As imagens produzidas por aparelhos, “em última instância, são imagens computadas que não espelham o mundo, mas, antes, projetam modelos dele” e que vêm recebendo um grande esforço técnico e institucional para torná-las “inteiramente calculáveis e integráveis em processos operativos” (MAYER, apud. ZIELINSKI & WEIBEL, 2015, p.389). É justamente essa evolução que nos coloca diante do nosso objeto de pesquisa: imagens produzidas por aparelhos que, por sua calculabilidade, é integrada em processos operativos, tal como a circulação nas redes sociais.

Circular

Neste momento se faz necessário dar luz à discussão acerca do contexto de navegação e circulação das redes sociais, subordinado a regras algorítmicas estabelecidas pelos programadores das plataformas sociais digitais. É fundamental compreender o conflito do modelo horizontalizado e descentralizado de produção e propagação na internet com o modelo verticalizado de programação que favorece a transformação da sociedade em mercado (Martin-Barbero, 2001).

Apesar da internet ter sido desenvolvida “de forma múltipla por pessoas, setores e inovadores que queriam que fosse um instrumento de comunicação livre” (CASTELLS, 2003, p.262), o que possibilitou o “uso autônomo pelos indivíduos dos mecanismos que eram antes supostos como dominadores” (SODRÉ, 2014, p.85), a predominância sistêmica deve ser observada, considerando que nesse cenário “o capitalismo monopolístico se define mais pelo monopólio do código do que pelo controle dos meios de produção” (idem, p.13).

É justamente nesse contexto que reforçamos o questionamento acerca da produção e da circulação da imagem num ambiente que, por um lado, é estruturado de maneira horizontal, multidirecional, que inclui os atores sociais no papel ativo da comunicação, e por outro, obedece às verticalidades socioeconômicas sistêmicas.

Aqueles que antes eram relativamente passivos na recepção de conteúdo com a rede unidirecional da televisão, na rede multidirecional, passam a ter um papel mais ativo e complexo. Sente-se tão empoderado que dificilmente questiona a limitação das ações e reações pré-programadas ofertadas, afinal, só se faz aquilo que o site, o computador, o software, o aplicativo permitem. Como exemplifica Flusser, não importa qual botão você apertar, o aparelho não vai espirrar água se não estiver programado para tal. Apesar da sensação de liberdade, o ator age necessariamente dentro das opções pré-estabelecidas.

Nesse sentido que devemos notar a verticalidade. Tomemos como exemplo o Facebook, a rede social mais utilizada pelos brasileiros. Por mais que sua missão institucional é a de “dar às pessoas o poder de compartilhar informações e fazer do mundo um lugar mais aberto e conectado”¹, há de se considerar que uma empresa de capital aberto, cujo valor de mercado gira acima dos 500 bilhões de dólares, inegavelmente, tem interesses que vão além de “conectar as pessoas”, como diz o slogan.

Sobretudo, ter o controle da rede social mais difundida no mundo significa ter o poder de quem define, constitui e programa a rede. É o que Manuel Castells

1 Descrição no perfil oficial do Facebook Brasil. Disponível em <https://www.facebook.com/pg/FacebookBrasil/about/>

(2009) chamou de *network-making power*, que resumidamente é compreendido por controlar o programa. O poder de programar e reprogramar as redes de acordo com seus objetivos. É a possibilidade de controlar todas as ações que acontecem dentro de uma rede social e de, inclusive, criar novas formas de dominação.

Se aproximados Castells e Flusser, pode-se dizer que os programadores da caixa-preta (FLUSSER, 1985) são os detentores do *network-making power*. Assim como opera o sistema interno automático e complexo da câmera fotográfica, o qual jamais é penetrado totalmente, também opera o sistema das redes sociais, igualmente automático e complexo. Em outras palavras, os programadores da caixa-preta das redes sociais têm o poder de determinar as regras do jogo e definir como cada um vai brincar.

Acrescentando-se a obrigatoriedade de cadastro para navegar nos sites, passa a reinar uma nova lógica do perfil, que rompe as barreiras existentes até então nos portais de internet a favorece o tabelamento dos internautas. Diferentemente dos websites, nas redes sociais “o perfil só existe se estiver em relação” (MALINI, 2016).

Pela primeira vez a gente tem que compor uma identidade que é muito marcada pelo outro. Ou seja, o outro vem primeiro do que o eu. Como eu preciso seguir outras pessoas a gente emula muito esses outros, de forma que a gente pode até ser o outro sendo a gente mesmo, quando a gente compartilha alguém (MALINI, 2016).

Tal inter-relação dos atores sociais acaba por estabelecer nichos e grupos, definidos pela conexão dos nós desta rede, o que acaba por nos colocar em ambientes de circulação predeterminados, colaborando para a formação de bolhas nas redes sociais. Essas dinâmicas “estimulam o usuário a externar suas predileções, favoritismos, preferências e interesses mais pessoais, favorecendo a afirmação e a publicização dos gostos e hábitos mais íntimos” (SOUZA E SILVA, 2014, p.66). E o usuário o faz produzindo e compartilhando conteúdo, sobretudo imagético, que reafirmem tais sentimentos, posicionamentos e opiniões de foto íntimo.

Ou seja, o conjunto de regras e determinações estabelecidas no modelo de circulação passa a influenciar a produção de imagens, que seria considerada uma etapa anterior. Neste caso, produção e circulação, imagem e rede, são complementares. “Se for clicada, mas não circulada, a imagem produzida carece de uma existência completa, pois não sincroniza-se com os demais valores pertença da produção simbólica com que convive” (SILVA JR, 2015, p.8).

Interagir

Chris Alen Sula defendeu na London Conference on Electronic Visualisation and the Arts que em meio a um “dilúvio de informações digitais, o processo de apresentação de tais materiais é muito facilitada pela visualização, que detém grande potencial para fornecer contexto, percepção e perspectiva” (SULA, 2012, p.35).

Segundo seu artigo publicado no livro *Electronic Visualisation in Arts and Culture*, as primeiras atividades do sistema visual humano, no momento em que um observador vê um estímulo visual, levam menos de 250 milissegundos para se iniciarem. Entre as primeiras atividades-resposta do sistema visual humano, está a detecção do elemento chave num campo de visual contendo diversos outros elementos distrativos. Outra menção interessante do autor, é a de que os usuários de internet buscam por elementos visuais em movimento de tempo e espaço. O estudo consolida assertiva de Flusser, quando dizia que “o significado da imagem encontra-se na superfície e pode ser captado por um golpe de vista” (FLUSSER, 2002, p.7).

Tal constatação chama atenção para o modo como o modelo de navegação em *timelines* nos atinge, e como interagimos com ele. Ao percorrer a *timeline*, seja utilizando a barra de rolagem nos computadores ou os dedos nas telas dos celulares e outros *gadgets*, visualiza-se uma sequência de imagens e publicações de outros usuários elencados algorítmicamente.

Grosso modo, as métricas estabelecidas calculam a amplitude da circulação de uma determinada publicação pelo seu alcance. Considera-se alcançado aquele que visualizou, ainda que por um milésimo de segundo, a publicação em questão. Neste caso, uma vez visualizada, a imagem provoca, ainda que superficialmente, uma interação com este agente social. O mesmo é válido para o modelo de circulação mais recentemente adotado por alguns aplicativos, no qual as imagens circulam necessariamente por 24h. A diferença é que ao invés de deslizar o dedo na tela, a sequência de imagens segue automaticamente (aqui num sentido horizontal, e não mais numa rolagem vertical), sendo que o usuário tem a opção de encostar o dedo na tela para trocar a imagem visualizada pela próxima antes que o tempo de visualização predeterminado se esgote.

A cada visualização o usuário tem um pequeno leque de opções de interação pré-estabelecidas. Tanto a interação, ou a não interação, como o tempo de visualização são computados pelos algoritmos das redes sociais, que tem o objetivo de coletar o máximo de informações sobre suas preferências, predileções, interações e tantos outros dados, para fornecer, segundo seus cálculos, uma experiência de navegação mais

adequada ao perfil de cada usuário. Deste modo, a interação a partir da visualização vai nortear a modulação de qual será a sequência de imagens que cada usuário verá.

Ao mesmo tempo, cada produtor de conteúdo tem à sua disposição uma outra pequena quantidade de interações com a imagem a ser publicada. Filtros, manipulações e sobreposições de imagens em tempo real permitem que o usuário adequa a imagem produzida à sua maneira. Antes de se realizar o registro imagético já é possível obter a prévia do resultado final. No caso das imagens em movimento a interação fica ainda mais explícita quando o filtro, ou a sobreposição de imagens reage às ações do produtor. Um exemplo amplamente difundido nas redes sociais é o efeito de sobreposição de orelhas e focinho de gatos, cachorros, etc. que acontece automaticamente quando o aparelho, identifica uma face humana perante a câmera. Novamente, cada ação e reação é contabilizada para o tabelamento dos usuários e aperfeiçoamento dos algoritmos.

Nesse contexto as câmeras passam a ser ao mesmo tempo meio e resultado de uma programação sociocultural contemporânea. “Nossos gestos passam doravante não apenas a se constituir como reações às imagens, mas passam a dirigir-se igualmente rumo às imagens” (FLUSSER, 2008, p.60). Pode-se afirmar, portanto, que “as aparências não apenas se encontram na tela comunicadora da experiência, mas se transformam na experiência” (CASTELLS, 2000, p. 395). Tamanha a confluência que, ao que tudo indica, produção, circulação e interação não obedecem mais ao mesmo ordenamento cronológico de antes.

A imagem torna-se imagem-objeto, mas também imagem-linguagem, vaivém entre programa e tela, entre memórias e o centro de cálculo, os terminais; torna-se imagem-sujeito, pois reage interativamente ao nosso contato, mesmo a nosso olhar: ela também nos olha (COUCHOT, 1993, p.42).

Como mediações entre o homem e o mundo, as imagens digitais, cuja inteligibilidade é universal (DEBRAY, 1994), passam a circular de tal sorte que “não mais quem possui tem poder, mas sim quem programa informações e as distribui” (FLUSSER, 2002, p 27). Basicamente o desafio passa a ser programar e distribuir. Fazer “com que tais tecnologias se curvem a seus sonhos” (COUCHOT, 1993, p.47).

Considerações finais

Se o gesto humano passou a dividir espaço com o gesto tecnológico desde o surgimento da fotografia, hoje, após quase duzentos anos de convivência, é compreensível

que a proximidade entre ambos seja mais estreita. Ao passo que os aparelhos foram se aperfeiçoando com contínuos ciclo de feedbacks, como já havia anunciado Flusser, a adaptabilidade do gesto humano ao tecnológico evoluiu a passos cada vez mais largos, a ponto de reduzir praticamente a zero a necessidade de domínio da técnica para a produção de imagens. Os aparelhos disponíveis hoje permitem que qualquer um, com capacidades motoras básicas, seja capaz de produzir uma imagem e, num simples clique, coloca-la em circulação nas redes comunicacionais digitais. Assim como antes, a tecnologia influi no modo de produção de imagens.

O presente artigo buscou elucidar algumas dessas influências, que passam despercebidas pela maioria dos atuais produtores de imagem e usuários da rede. Nesse sentido foi possível apontar para mudanças no cerne da imagem contemporânea. Uma via de mão dupla favorece e estimula a produção e circulação imagética em larga escala. Se por um lado são criados novas possibilidades e caminhos para divulgação da produção individual que, de certa forma, democratiza o acesso e a visualização, por outro cresce uma hierarquia sistêmica imperante, ampliando os mecanismos de controle, determinação e modulação desses caminhos.

Explorados aspectos dos modelos de produção, circulação e interação com a imagem no universo das redes sociais, fica evidente a grande área de intersecção entre as três etapas percorridas pela imagem. Não apenas torna-se cada vez mais difícil separá-las, como tal classificação parece sintomaticamente perder a relevância. Ao abarcar tamanha congruência, a imagem-rede se sustenta.

Referências

BENJAMIN, Walter. *Pequena história da fotografia*. **Obras Escolhidas**, Vol I - Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. *Internet e sociedade em rede*. In: MORAES, Dênis (org). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **Communication Power**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2009.

CÓRTEX: **Mapas de rede, Trends de Rua e a Política na Era do Perfil**. Um passeio com Fábio Malini. Produção Estúdio Fluxo. Entrevistador: Bruno Torturra. São Paulo,

2016. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=JdY0HfW4ygQ>. Acesso em 18 de abril de 2017.

COUCHOT, Edmond. *Da representação à simulação*. In PARENTE, André (org). **Imagem máquina**: a era das tecnologias do virtual. São Paulo: Editora 34, 1993.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Pistas para entre-ver meios e mediações*. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

SILVA JR., José Afonso. **O segundo clique da fotografia**: entre o registro do instante e o instante compartilhado. Trabalho apresentado ao GP Fotografia, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1924-1.pdf>. Acesso em 19 de abril de 2017.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOUZA E SILVA, Wagner. *Imagem e subjetividade*: narrativas fotográficas confessionais e a estética da afetividade. **Ciberlegenda**. Rio de Janeiro, n. 31, v.2, julho/dezembro 2014.

_____. **Foto 0 / Foto 1**. São Paulo: Fapesp/Editora da Universidade de São Paulo, 2016.

SULA, Chris Alen. *Quantifying Culture*: Four Types of Value in Visualization, In: BOWEN, Jonathan P. et al. (org.). **Electronic Visualisation in Arts and Culture**. Londres: Springer, 2013.

ZIELINSKI, Siegfried et al. (orgs.) **Flusseriana**: An Intellectual Toolbox. Minnesota: Univocal, 2015.

Educação mediada pela referência musical dos alunos: percepções dos professores

Rogério Pelizzari de Andrade*

Resumo: Nosso trabalho de doutorado busca identificar se as referências musicais dos alunos são reconhecidas pelos professores como possíveis mediadores do processo de ensino-aprendizagem. O presente artigo traz uma síntese de piloto aplicado em educandos e educadores de uma escola da rede pública da cidade de São Paulo, que aborda o problema de pesquisa a partir de dois objetivos complementares: levantar (I) os hábitos musicais dos jovens e (II) a percepção dos docentes em relação a eles.

Palavras-chave: Comunicação. Música. Educação.

Introdução

A música é elemento que ocupa função de destaque na cultura. É difícil imaginar sociedade em que ela inexista. No Oriente e no Ocidente. Nos hemisférios norte e sul. Na cidade, no campo, em tribos. Ainda que haja as variações rítmicas, melódicas e harmônicas, em comum, seja onde for, poderíamos citar ao menos o seu papel comunicativo, socializador e integrador. Ela pode ser a protagonista, quando correspondemos às suas manifestações, ora cantando, ora dançando, ora cantando e dançando, ora dançando e cantando. Ela também pode atuar de forma menos relevante “mas nem por isso desimportante”, como nas trilhas sonoras de longa-metragem e de filme publicitário, na antessala de consultório de dentista, na loja de departamento, no bar, no lar, na festividade... Ela está por todas as partes.

Considerando esta perspectiva, o nosso interesse é entender como os professores percebem as referências musicais dos alunos. Que *dimensão de reconhecimento* eles têm em *relação à relação* dos jovens com as canções do seu cotidiano? Estas que circulam em ambientes compartilhados e que permeiam os espaços e ambientes por eles frequentados e dentre os quais se inclui evidentemente a escola?

* Doutorando e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), especialista em Gestão de Processos Comunicacionais, graduado em jornalismo e em publicidade pela Universidade São Judas Tadeu (USJT). Foi professor do curso de publicidade do FIAM-FAAM Centro Universitário e atualmente é diretor de relações institucionais das Rádios e TV Educativa do Paraná. E-mail: rpelizzari@usp.br.

Três *dimensões de reconhecimento* estão sendo admitidas em nossa pesquisa:

1. **Saber o que é** – o professor sabe quem são os artistas e as músicas que os alunos gostam? Já ouviu? Já prestou atenção nas letras? Reconhece tendências? Observa características comportamentais que diferenciam estudantes por gêneros musicais favoritos?
2. **Respeitar** – em que medida o professor não é excessivamente crítico em relação às referências musicais dos alunos. Ele se julga intolerante em relação às canções que os jovens gostam de ouvir?
3. **Admitir potencial mediador** – o professor já utilizou as referências musicais dos alunos em suas aulas? Ele acredita que seja possível utilizar as canções que os jovens gostam de ouvir como mediadoras do processo de ensino-aprendizagem?

Além do levantamento bibliográfico, uma pesquisa de campo está em andamento e pretende abranger três escolas da rede pública da cidade de São Paulo. O universo será composto por professores da educação básica, dos ensinos Fundamental II e Médio, sem distinção de disciplina. Como afirmamos, pretendemos identificar se eles se apropriam das preferências musicais dos alunos no desenvolvimento de propostas pedagógicas. Tendo em vista a possibilidade de reconhecer entre eles uma visão favorável a este uso, o que nos interessa – e neste ponto reside o nosso principal objetivo – é *verificar como se materializa esta visão no discurso dos educadores*.

Para alcançar nosso objetivo principal, relacionamos três objetivos específicos listados abaixo:

- **Identificar o hábito de escuta musical dos estudantes** – a partir de levantamento bibliográfico e de questionário com perguntas fechadas, aplicado a uma amostra de alunos das escolas que farão parte do estudo, captar informações como o tempo que dedicam semanalmente e diariamente a ouvir música, o suporte mais utilizado e os locais onde costumam ouvir, a fim de observar se a escola é apontada com frequência;
- **Identificar o universo musical dos estudantes** – incorporar ao mesmo instrumento aplicado aos alunos, questões fechadas, procurando entender um pouco sobre quais são os estilos que mais ouvem e o que pensam sobre

eles; além disso, introduzir duas questões abertas para que eles apontem músicas e artistas que mais ouvem;

- **Identificar se os professores reconhecem o universo musical dos alunos a partir das três perspectivas (se tomam conhecimento, respeitam e utilizam)** – em encontro com um grupo de professores destas unidades de ensino, com uma pauta de perguntas iniciais, conduzir diálogo sobre o tema.

Realizamos piloto em uma escola da capital paulista para testar o instrumento de pesquisa. Tal iniciativa não apenas foi importante para promovermos ajustes, como também colaborou para a revisão de nosso problema e objetivos de pesquisa. Neste sentido, reconhecemos que os dados obtidos nesta primeira fase não foram suficientes para atender a abrangência de nossas indagações, mas reforçamos seu papel orientador.

Os hábitos musicais dos alunos

A pesquisa piloto foi aplicada na escola estadual Visconde de Itaúna, localizada no bairro do Ipiranga, cidade de São Paulo, no segundo semestre de 2016. Realizada em duas etapas, na primeira aplicamos questionário com quase uma dezena de perguntas fechadas - que buscavam identificar traços dos hábitos dos alunos em relação à música - e uma aberta na qual eles poderiam citar três músicas que gostavam de ouvir. Na segunda, nos reunimos com os professores para apresentar os dados tabulados e para debatermos sobre o eventual papel destas referências, que fazem parte do cotidiano imediato dos alunos, no processo de ensino-aprendizagem.

Um total de 127 alunos do ensino médio respondeu às perguntas e a organização dos dados indicou que a amostra era constituída por indivíduos na faixa dos 14 e 18 anos, mas se concentravam entre os 15 (34,6%) e 16 anos (51,2%). Quanto ao gênero, constatamos uma ligeira prevalência de estudantes do sexo masculino (52,8%).

A terceira e a quarta questões abordavam o tempo que os jovens dedicavam a ouvir música. Uma media a frequência em relação aos dias da semana, enquanto a outra buscava verificar a quantidade de horas por dia.

O gráfico da figura 1 revela que quase três quartos dos pesquisados ouvem música todos os dias, o que só reforça a ideia de que ela faz parte do dia-a-dia destes jovens. Por essas vias, podemos concluir que a música está mais presente

nas vidas de 83% deles do que a própria escola, com seus cinco encontros semanais obrigatórios. Além disso, suas respostas demonstram que eles passam tanto tempo ou mais consumindo suas canções favoritas quanto permanecem em sala de aula. Como demonstra a figura 2, mais da metade (57%) dos participantes da pesquisa destinam quatro horas ou mais à audição.

Figura 1 – Frequência que ouve música

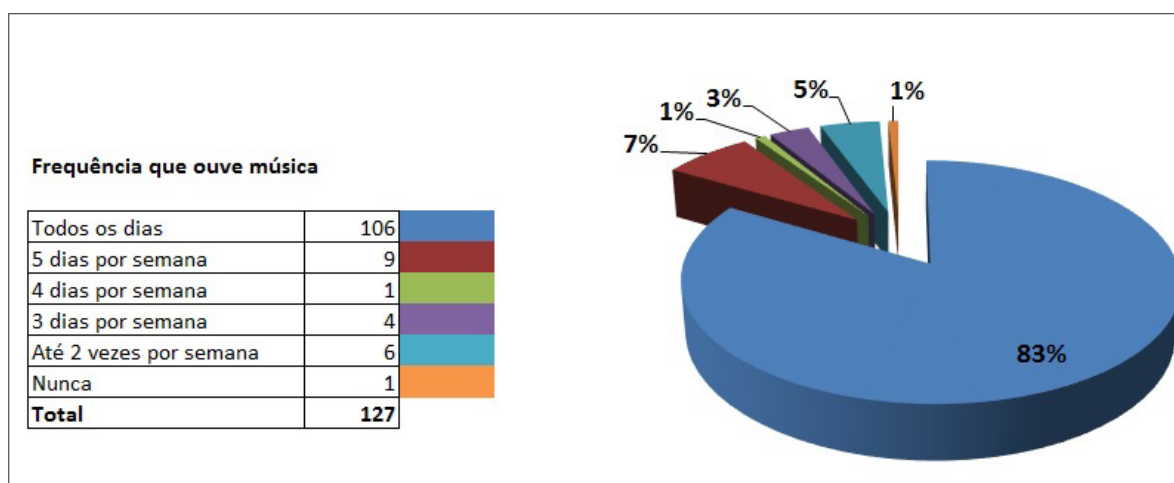
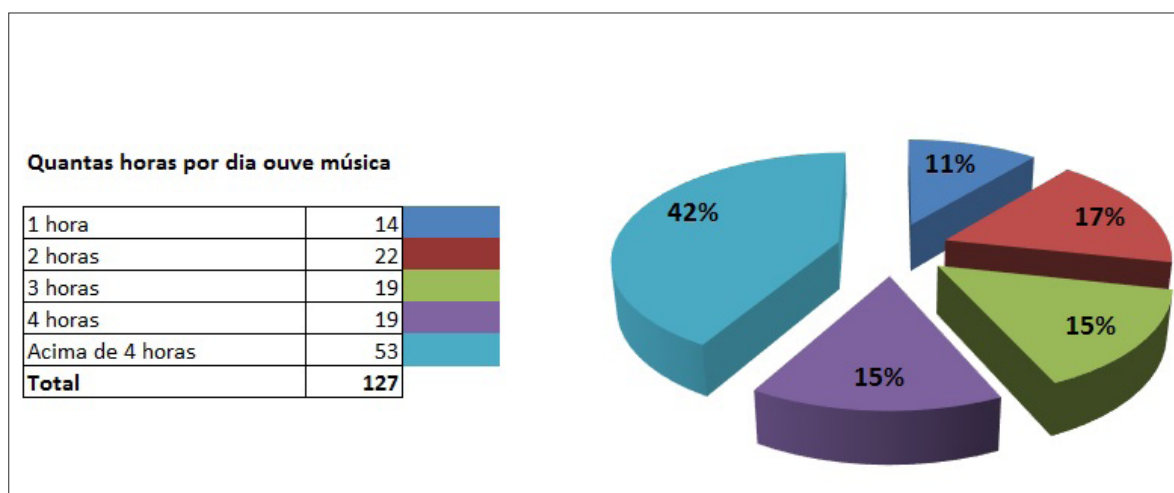


Figura 2 – Quantas horas você ouve música por dia

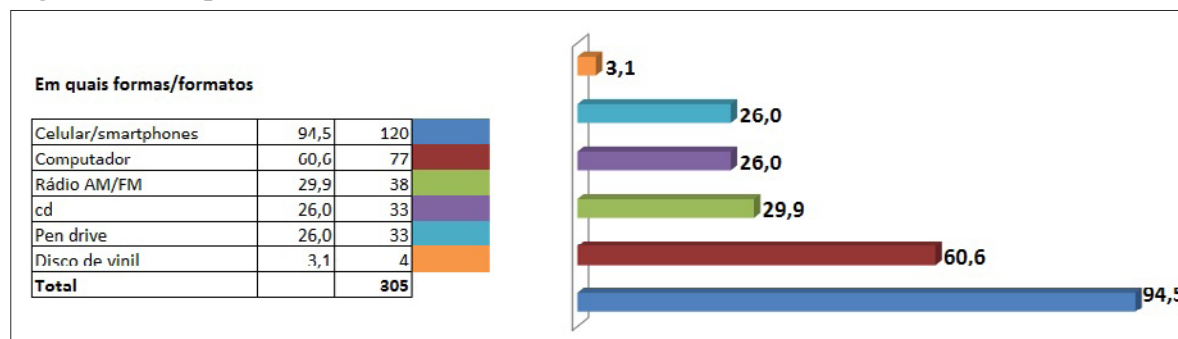


Os alunos também confirmam tendência observada nos últimos anos de rápida substituição das formas de acesso aos artistas e canções. Convidados a assinalar mais de uma opção em uma lista de mídias possíveis, dentre as quais figuravam o rádio AM/FM, o CD e o pen drive, a grande maioria concentrou suas respostas entre celular/smartphone (94,5%) e computador (60,4%).

É de se imaginar, que, ao dar preferência a estes suportes, os jovens experimentam maneiras diferentes de interação com a música. Interações que já não estão presas às programações que marcaram os meios eletrônicos analógicos, como o rádio. Sequer é necessário seguir a lógica de sequencialidades que marca o conceito de álbum – o artista grava algo como 12 músicas, que são escutadas em conjunto -, que trafegou por vários suportes, como o vinil, o cassete e o CD. As listas, as pesquisas, os *links* compartilhados sugerem que talvez tenhamos atingido o “universal sem totalidade” de Lèvy (1999): “Essa universalidade desprovida de significado central, esse sistema da desordem, essa transparência labiríntica” (p. 111).

Não poderíamos deixar de destacar ainda o fato de que quase todos os alunos responderam que usam aparelhos celulares para ter acesso aos cantores e repertórios favoritos. Podemos considerar como uma hipótese válida, que mesmo em uma escola cujo perfil socioeconômico dos estudantes é baixo, como é o caso da Visconde de Itaúna, a penetração das tecnologias de comunicação é grande.

Figura 3 – Em quais formatos você ouve música

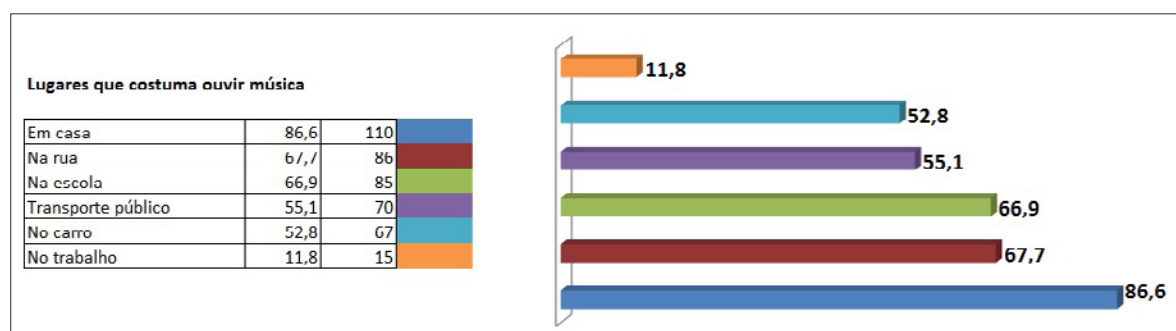


Sob a perspectiva de Valente (2007), a concentração do modo de escuta nos aparelhos móveis representa mais que a mera tendência de que para as atuais gerações suportes como o CD e o pen drive estão superados. Na opinião da autora, formas de recepção e as qualidades das condições de escuta em local fixo (*home theatre*), ou em movimento, por intermédio de aparelhos portáteis, como *walkman* e *I-Pod* são elementos importantes para diagnosticar as mudanças de sensibilidade e de comportamento face às diversas músicas, num dado intervalo de tempo (p. 56).

Neste contexto, parece-nos válido questionar em que medida o uso de outras formas de interação com a música, pelos professores, pode significar diferentes “sensibilidades” e “comportamentos”. Mais do que isso, o quanto esta diversidade pode prejudicar ou favorecer – eventualmente não influenciar - a mediação da relação entre professor e aluno.

A casa é o local onde os participantes da pesquisa declararam mais ouvir música, seguida da rua. Quase dois terços dos estudantes, que podiam escolher mais de uma opção, elegeram a “escola” como o terceiro ambiente em que mais exercitam a escuta. Provavelmente por intermédio de seus dispositivos móveis, eles fazem do convívio social na escola um lugar de trilhas sonoras. Atravessam o pátio e os corredores, frequentam as salas de informática, a biblioteca e as salas de aula acompanhados das canções que mais gostam de ouvir. Espaços nos quais só os fones de ouvido podem evitar o confronto sonoro. Como afirma Citelli (2007), “o modo de produzir, circular e operar o conhecimento” – se nos permite o autor acrescentar, os produtos culturais – “e a informação já não respeita os limites impostos por convivências institucionais (p. 7).”

Figura 4 – Lugar que costuma ouvir música



Na sétima questão (figura 5), o aluno tinha de apontar os seus gêneros preferidos em uma lista com dez opções, que continha ainda a alternativa “outros”. Eles podiam marcar quantas quisessem e o resultado revelou que *pop* internacional, sertanejo, *funk* e samba são, respectivamente, os quatros mais citados, todos com índices superiores a 50%.

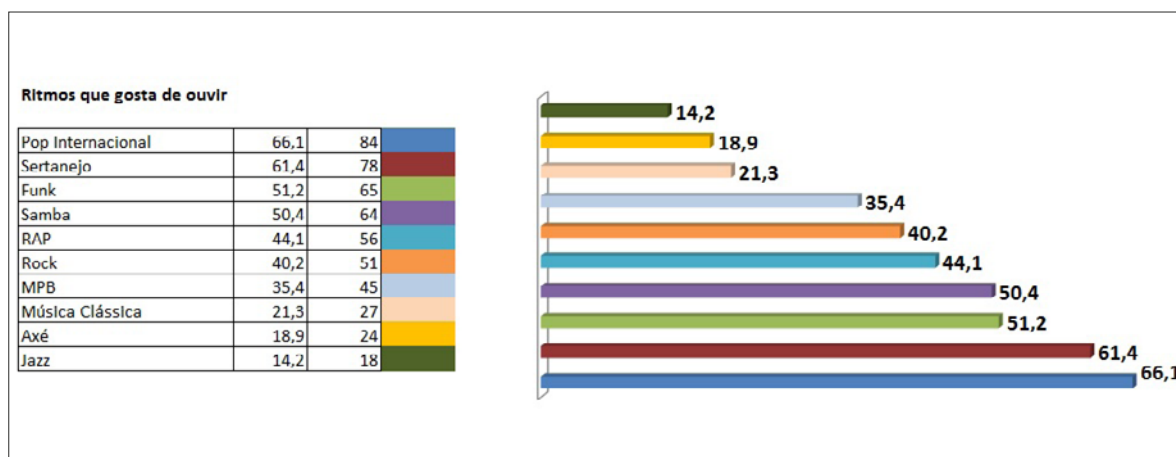
O rap ser o quinto mais lembrado pode ser mais um indicativo de que, entre os jovens, não necessariamente o que é veiculado pela mídia tradicional tem grande penetração. Como se sabe, exceção feita aos programas alternativos e aos especiais, o estilo não costuma estar entre os mais veiculados na TV aberta e rádios FM.

Gostaríamos de mencionar ainda, que cada aluno apontou, em média, quatro gêneros como favoritos. A informação indica certo ecletismo por parte dos jovens, que parecem, em sua maioria, mais abertos a experimentar diferentes estilos e ritmos.

A questão 9, como já foi dito, era aberta e solicitava que os estudantes transcrevessem o nome das três músicas que eles mais gostavam de ouvir e seus

respectivos intérpretes. Inicialmente, o objetivo era especialmente verificar o quanto estas informações confirmavam as respostas relacionadas aos gostos e preferências. Entretanto, ao nos debruçarmos sobre os dados, identificamos uma série de elementos que poderiam colaborar com a discussão posterior a ser realizada com os professores.

Figura 5 – Ritmos que mais gosta de ouvir



Em primeiro lugar, convém destacar que as respostas indicaram coerência em relação às questões objetivas, mas com alguns comentários que julgamos pertinentes. Dentre os artistas mais citados, por exemplo, os dois primeiros são duas duplas sertanejas: Matheus e Kauan (20 vezes) e Jorge e Mateus (12 vezes). O terceiro mais lembrado, com 10 menções, foram os Racionais MC's – mais uma vez o rap assumindo posição de destaque.

Encerramos a análise dos dados chamando atenção para um último aspecto. O mapeamento das canções nos permitiu identificar 195 artistas diferentes para um total de 127 alunos pesquisados. Talvez este seja um indicativo de que, ao longo dos últimos anos, as classes menos favorecidas tiveram acesso a um leque maior de produtos culturais – boa parte deles, diga-se de passagem, surgido no interior das próprias classes subalternas. O barateamento das tecnologias de produção e de reprodução aumentaram as oportunidades tanto do público quanto dos artistas.

Talvez seja apenas mais uma prova de que vivemos o novo patamar de consumo denunciado por Crary (2014) em sua sociedade 24/7; por Dardot e Laval (2016) ao se referirem ao homem empreendedor de si; e por Bauman (2007) em sua sociedade de consumidores.

Talvez seja um pouco dos dois.

Convém refletirmos como a escola pode atuar neste contexto.

Percepção dos professores sobre o hábito musical dos alunos

A segunda parte da pesquisa foi aplicada em novembro de 2016. Trinta e seis professores foram convocados para o encontro, que aconteceu em um sábado e teve duração de uma hora e 18 minutos.

Uma apresentação foi elaborada com a síntese dos dados colhidos para introduzir e orientar a discussão. Após uma exposição inicial de cerca de 30 minutos, iniciamos a rodada de perguntas com os professores.

Figura 7 – Encontro com professores: discussão sobre hábitos musicais dos alunos



Como síntese da coleta, descrição e análise de dados, julgamos oportuno inicialmente reiterar que eles retratam a relação estreita que os estudantes têm com a música. A maioria diz ouvir suas canções favoritas todos os dias (83%), quatro horas ou mais (57%), de preferência no *smartphone* (94,5%) e frequentemente na escola (66,9%). Apesar de revelarem um leque abrangente de gostos, sua preferência recai sobre o pop internacional (66,1%), o sertanejo (61,4%), o *funk* (51,2%) e o samba (50,4%).

Os depoimentos dos professores indicam o reconhecimento desta *presença*, inclusive, durante o período de aula. Houve relatos sobre a necessidade de reter temporariamente os equipamentos dos estudantes, porque eles insistiam em ouvir mesmo nas atividades em sala, seja de fones de ouvido ou diretamente do aparelho. Os educadores também fizeram referências recorrentes a audições em outros ambientes da unidade de ensino, como o pátio, corredores, portão de entrada e laboratórios.

As manifestações confirmam ainda que canções são utilizadas pelos docentes para o desenvolvimento de conteúdo e para a facilitação do processo de ensino-aprendizagem. Estas experiências não se restringiram à disciplina Artes, estendendo-se pelo menos a outras cinco: Matemática, Biologia, História, Língua Portuguesa e Inglês.

Quando a criança está cantando, ela também está pensando no entorno e isto é muito importante. Elas também ficam mais leves do peso que pode ter em casa (...) É diferente quando você pega uma música que eles não conhecem. Planeta Água, por exemplo, que você está ensinando como preservar a natureza, (...) mostrar pra eles que é importante respeitar as plantas, respeitar os animais, respeitar o próximo.¹

Exceção feita à professora de História, não identificamos nenhum outro caso em que a atividade se baseou diretamente nas referências musicais dos alunos. Em geral, a proposta partia do mestre, com a abordagem de artistas e repertórios que não estão entre os mais ouvidos pelos jovens: Guilherme Arantes, Elis Regina, Renato Russo, Cazusa, o guitarrista virtuoso Malmsteen e Mozart, entre outros.

Defini alguns artistas, alguns músicos que eles não tinham conhecimento, né? Então eu comecei com Carmem Miranda, passei por Elis Regina, trouxe Raul Seixas, Cazusa e Renato Russo. Então a gente desenvolveu esse trabalho de pesquisa com esses 5 artistas, trouxe músicas deles e **é interessante como eles não têm repertório nenhum**. Dessas gerações, dessas épocas, pra minha surpresa de eles agora estão postando no Facebook Pô! Raul Seixas, meu! Olha essa música. (...) Ah! Renato Russo coloquei até questão na prova deles (...) **Eles mesmos criticando um pouco o que ouvem normalmente, o próprio repertório**.

Vale destacar o projeto desenvolvido para as turmas de Inglês. A educadora divide a sala por década e os próprios estudantes definem, dentro daquele período, quais serão as canções escolhidas. Verifica-se aqui um processo de negociação, ainda que sem grande profundidade, já que o trabalho é circunscrito ao vocabulário e a interpretação das letras.

Que professora de inglês que não tem um radinho? (risos). E eu trabalho música com o objetivo de focar a gramática e o vocabulário. Na minha aula, eles mesmos prepararam as atividades. Não sou eu quem prepara. Eles têm que bolar atividade em cima da música. (...) Então eu determino que cada grupo tenha uma década. 60, 70, 80, 90 eu não deixo chegar a 2000 e pouco de jeito nenhum que eles já conhecem. (...) Então de repente eles começam a conhecer gêneros, autores que eles não conheciam, né? Então fica uma troca muito boa, né?²

Os dados levantados nos oferecem indícios de que o conhecimento que os professores detêm a respeito das preferências sonoras dos educandos é superficial. Os comentários, em geral críticos, são genéricos, sem citação específica a determinada música, cantor ou

1 Exemplo de um depoimento dado por professora de 1º, 2º e 3º anos do Fundamental I.

2 Comentário da professora de inglês, que lida com alunos do Fundamental II (a partir do 6º ano) e ensino médio.

banda. Todos trataram do estilo – o forró, o samba, o *rap*, o sertanejo... –, de forma mais abrangente, ou citaram alguma trilha já antiga. É o caso da professora de língua portuguesa, que ministra aulas especificamente para os estudantes do ensino médio, e se referiu a “Só as cachorras”, do Bonde do Tigrão. Muito embora seja um *funk*, ele foi gravado em 2001 e talvez sequer pertença ao repertório habitual dos adolescentes de hoje.

Sou professora de português. Não sei te dizer qual MC que é. Mas é aquele que fala das cachorras. É sexual, da cachorra que copula com aquele macho mais viril e daí você poderia puxar a questão da violência contra a mulher, a questão do vulgar, o que é o que não é, analisar diferentes perfis femininos, talvez para o estímulo desses próprios alunos acho que seria um trabalho. Muito bonito. Como seria a história de um tempo atrás e ainda hoje a mulher que foi estuprada porque tava de shortinho, a questão ideológica, filosófica, eu acho que daria pra fazer um trabalho fantástico. Mas não colocando, você tem que respeitar. Isso está arraigada na sociedade. A questão de desrespeitar. Mas você pode apenas colocar pontos de reflexão para uma possível mudança, se permanece, pelo menos para uma questão crítica.

Outro aspecto que reforça esta percepção foi o espanto com o qual os educadores receberam duas informações apresentadas durante nossa explanação inicial. Eles não esperavam que pop internacional estivesse no topo da lista de preferência dos jovens e sim o *funk*. Também se surpreenderam com a relação de 26 *funkeiros* produzida a partir dos *hits* relacionados pelos estudantes na folha de pesquisa. Todos imaginaram que seria um número inferior a 10.

As críticas foram uma constante ao longo do diálogo. A mais recorrente estava relacionada com as letras das músicas, que seriam marcadas pela vulgarização, pela falta de conteúdo, pela desvalorização do feminino e pela futilidade. A reação do professor, que demonstrou indignação com relação à postura dos alunos e chegou a perguntar para eles “como vocês podem ouvir isso?” traduz uma opinião comum entre a maioria dos seus colegas.

Isso é a influência do meio, né? Eu percebo que no 6º ano eles vão com esses funks aí na minha aula; “novinha não sei o quê”, “Novinha não sei o quê”, menina cantando... **é uma submissão de mulher...** é isso o dia inteiro. Aí eu falo: Como vocês podem ouvir isso daí? Vocês acham legal isso aí? Não é legal isso. Por que vocês ficam ouvindo isso? “Não, é porque está na moda, está na mídia”. Influência norte-nordeste é o forró eletrônico é o dia inteiro, a noite inteira, **como é que não vai ser influenciado por isso daí.**³

3 Depoimento de outro professor de Língua Portuguesa, que leciona exclusivamente para alunos do Ensino Médio.

Quando questionados sobre a possibilidade de desenvolver uma atividade futura com base nestas músicas, muitos disseram que sim, ainda que as sugestões apresentadas tenham se concentrado no uso como forma de intermediar o conteúdo programático. Dito de maneira mais direta, valer-se do ritmo, do compasso, da batida e/ou do arranjo para elaborar, por exemplo, uma letra sobre o assunto da disciplina.

Conclusões provisórias

Segundo Martín-Barbero (2011), “enquanto o ensino transcorre através do mundo do manual, o professor sente-se fortalecido”. Poderíamos especular em que medida esta apropriação *instrumental* da música pelo docente não seria uma forma de *manualização*, mas a partir de outra linguagem. Ela não propõe exatamente um diálogo, entre outras razões, por envolver elementos da cultura os quais os detentores do conhecimento são os estudantes, “o professor reage desautorizando” estes “saberes”. Como afirma o autor, “o mundo da música popular narrativa e do *rap* deslocam também, a partir de suas próprias gramáticas, ritmos e prazeres, o ascetismo triste do autismo livresco (p. 129)”.

A professora de língua portuguesa foi quem mais se aproximou da ideia de educação como um processo que envolve troca, compartilhamento de vivências e de tolerância ao diferente. Ela sugere um projeto que aparentemente teria relação com mais de uma área do saber e partiria das referências sonoras dos jovens, “dos seus ritmos e prazeres”. Temas que relacionam estas canções a questões do cotidiano, como a violência doméstica, a desigualdade social e a corrupção, entre outros e que transcendem o “asceticismo triste do autismo livresco”.

A organização dos dados nos oferece condições de afirmar, que a grande maioria dos educadores não gosta das músicas que os estudantes ouvem⁴. O que não ficou tão claro – e este provavelmente será um dos aspectos a serem trabalhados na próxima etapa dos levantamentos – é a proporção de professores que, por este motivo, não adotaria uma seleção musical pautada pela preferência dos alunos. Aqueles que não

4 O mesmo questionário aplicado aos alunos também foi respondido por 23 professores. Nosso objetivo era observar se existem diferenças significativas no comportamento destes dois grupos em relação ao consumo de música. A tabulação completa dos dados não foi concluída em tempo de constar no presente relatório de qualificação. A análise prévia indica que a maior parte dos mestres ouve música todos os dias (78%), mas, ao contrário dos estudantes, três quartos deles dedicam até duas horas “apenas” à atividade. Outros pontos divergentes são: (i) a casa (91,3%) e o carro (65,2%) são os locais em que mais acontecem as audições; (ii) o rádio AM/FM (69,6%) é o formato mais popular ainda para este universo; e os ritmos apontados como favoritos são exatamente os opostos dos educandos: respectivamente MPB (87%) e Música Clássica (69,6%). Nenhum professor assinalou a opção *funk*.

são exatamente os críticos contumazes e respeitam o gosto do outro, mas demonstram intolerância à ideia de compartilhar uma experiência auditiva com tais características. Aquilo que poderíamos chamar de *distância do gosto*. Algo como *não gosto e não sou obrigado a ouvir, mas respeito os que gostam*.

Há provavelmente ainda aqueles que não nutrem simpatia nenhuma, mas acreditam que seja possível fazer uso destes elementos sonoros. Educadores que não se incomodam com a ideia de utilizar uma canção em aula que normalmente não ouviriam fora dela. Perfis que observamos na professora citada, com a ideia sobre “O Bonde do Tigrão”, ou nas aulas de inglês.

Cabe a reflexão, contudo, a respeito do quanto o professor não pode estar alheio e ter apenas um conhecimento superficial dos produtos culturais consumidos pelos alunos. Além disso, seria oportuno discutir em que medida o distanciamento contribui para o agravamento da crise da educação.

Referências

BAUMANN, Zygmunt. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

CITELLI, Adilson. *Escola, linguagem e diversidade cultural nos contextos midiáticos*. **Comunicação & Educação**. São Paulo, nº 3, setembro/dezembro de 2007.

CRARY, Jonathan. **24/7**: capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

DARDOT, Pierre. & LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo** – ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

VALENTE, Heloísa de A. D. *Da duração do reinado do hit no império da mídia*. **Comunicare**, v.7, n. 2, 2007.

The background of the entire page is a complex network diagram. It consists of numerous small, light gray circular nodes connected by thin, light gray lines. The nodes are scattered across the page, with some appearing in small clusters and others in isolation. The overall effect is a dense, interconnected web of points and lines, suggesting a network or a system of relationships.

EXPLORAÇÕES EM TORNO DE TEORIAS E EPISTEMOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil

*Camila Acosta Camargo**

Resumo: Com a globalização e o avanço técnico, a comunicação adquiriu posição central em nossa sociedade. A expansão deste fenômeno também provocou o surgimento de modelos de negócio alternativos aos tradicionais, como as organizações sociais que utilizam a comunicação como principal ferramenta de transformação social. Este projeto busca compreender como se constituem os processos comunicativos e como se dão os sentidos do trabalho nestas instituições a partir da abordagem do binômio comunicação e trabalho.

Palavras-chave: Organizações da Sociedade Civil. Binômio Comunicação e Trabalho. Terceiro Setor.

Introdução

O presente artigo resulta da pesquisa de mestrado “Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil: uma investigação sob a ótica dos sentidos do trabalho”, em andamento no Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT)¹ da Escola de Comunicações e Artes da USP. Nosso objeto traz à discussão os processos de comunicação e trabalho existentes em organizações da sociedade civil localizadas em São Paulo, que elencaram a comunicação como principal instrumento de transformação social. Apresentaremos aqui o caminho teórico e metodológico para essa escolha, assim como os primeiros achados da pesquisa.

A investigação integra no CPCT-USP um conjunto amplo de pesquisas dedicadas a compreender o mundo do trabalho a partir da comunicação e da linguagem em diferentes espaços e instituições da sociedade. Em nosso caso, elencamos a chamada

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA/USP) e pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP). E-mail: rp.camila@yahoo.com.br.

1 Coordenado pela professora doutora Roseli Fígaro, existe desde 2003 e é resultado de pesquisas desenvolvidas desde 1997. Credenciado pelo CNPq, conta com a participação de professores, doutores, doutorandos, mestres, mestrandos e bolsistas de iniciação científica. A partir do binômio comunicação-trabalho, busca compreender como a comunicação organiza, constrói e transforma redes de sentido num mundo do trabalho em permanente mudança.

sociedade civil organizada ou “terceiro setor” como ambiente de análise, e trazemos a perspectiva teórico-metodológica do binômio Comunicação e Trabalho para realizar esta observação, no qual se entende que “estudar a comunicação no mundo do trabalho possibilita problematizar a relação do sujeito com sua atividade e com o microcosmo social que é o lugar de trabalho (FIGARO, 2008, p. 116).”

Elencamos, a partir de uma pré-seleção, três instituições no município de São Paulo – local, no Brasil, com as mais amplas expressões de trabalho solidário e filantrópico – e buscamos entender mais sobre suas estruturas e formas de atuação. Observamos como se dão as relações de comunicação nestes espaços; também buscamos entender mais sobre os vínculos entre público e privado que se atravessam e se confundem; como essa realidade específica do setor sem fins lucrativos afeta as rotinas e dinâmicas dos trabalhadores e em que medida estas organizações oferecem alternativas às propostas de organização do trabalho vigentes no modelo hegemônico.

Realizamos um levantamento bibliográfico, com o intuito de abordar as principais referências teóricas, autores e conteúdo dos campos temáticos que sustentam a argumentação da pesquisa. Nosso objetivo nesta fase é apresentar e correlacionar autores e teorias que discutem prioritariamente comunicação, relações e sentidos do trabalho. A etapa empírica contou com levantamento de dados referentes à comunicação institucional, observação *in loco* e entrevistas em profundidade a partir de um questionário semiestruturado com gestores e trabalhadores de três instituições.

Discurso, Comunicação e Trabalho

A contemporaneidade carrega como principal símbolo a inovação técnica, considerada a marca da nova era, dos modos de viver e de se relacionar. Tais transformações tornam-se tangíveis no contato com a mercadoria, mas é no âmbito da produção que elas acontecem, ou seja, no mundo do trabalho. Tanto os discursos hegemônicos do mercado quanto algumas das maiores correntes das teorias da comunicação têm desconsiderado este aspecto e focado o entendimento dos processos comunicacionais apenas na relação de consumo tecnológico, o que convenientemente invisibiliza os processos produtivos e, em consequência, a própria classe trabalhadora.

O campo científico da comunicação é constituído por uma vasta gama de abordagens teóricas e metodológicas, que refletem a amplitude de temas e a complexidade de olhares

possíveis para analisá-los. As teorias da comunicação emergiram em consonância com a criação de ferramentas de informação, como o telégrafo, o rádio e o cinema, todos resultantes dos processos de acumulação de capital, de industrialização e urbanização. Devido a esta magnitude, os estudos ora convergiam ora divergiam, estabelecendo-se assim grandes correntes teóricas que apontam para caminhos diferentes no trato da comunicação. A tradição americana, a partir da observação dos efeitos dos meios de comunicação no público deu origem a Escola Funcionalista, enquanto a Europa ficou marcada pelo estudo crítico aos meios de produção, com a formação da Escola de Frankfurt.

Partimos de uma linhagem teórica originada em autores como Leontiev, Vygotsky e Bakhtin, que assumem a linguagem como um processo essencial para a formação do homem enquanto ser pensante e capaz de estabelecer relações sociais. De certa forma, falamos aqui do modo de desenvolvimento da própria consciência humana, que se estabelece e se amplia nesta inter-relação do homem com seu ambiente, seus pares e consigo mesmo.

Vygotsky (2001), ao tratar da formação do pensamento desde a infância, associa a origem da consciência à capacidade humana de atribuir significado ao mundo e, com isso, comunicar-se através da palavra. Este aprendizado não é menos individual do que é sócio-histórico, sendo o próprio sujeito seu pensamento e aquilo que verbaliza resultados deste processo. Por esse motivo a linguagem aqui não é tida como neutra, ela “é uma instituição social, o veículo das ideologias, o instrumento de mediação entre os homens e a natureza, os homens e os outros homens (FIORIN, 2004, p. 6).”

A fala, enquanto uma atividade do corpo humano, não sofre uma determinação diretamente social – ela é, na verdade, uma mera exteriorização do discurso. Segundo Fiorin, ela “é o ato concreto, momentâneo e individual de manifestação da linguagem (2004, p. 12)”. Dá-se aqui especial relevância ao discurso, que ao contrário da fala, é “a materialização das formações ideológicas (2004, p. 41)”, o local onde claramente se expressa o trajeto histórico e material da linguagem.

A aprendizagem linguística, que é a aprendizagem de um discurso, cria uma consciência verbal, que une cada indivíduo aos membros de seu grupo social. Por isso, a aprendizagem linguística está estreitamente vinculada à produção de uma identidade ideológica, que é o papel que o indivíduo exerce no interior de uma formação social. Na medida em que o homem é suporte de formações discursivas, não fala, mas é falado por um discurso (FIORIN, 2004, p.44).

Unimos essa perspectiva da linguagem como elemento ontológico da constituição do sujeito à concepção defendida por alguns autores clássicos que assumem a categoria

trabalho como essencial e, principalmente, determinante para o movimento que o homem faz em direção à humanização – deslocamento do animal ao racional e, acima de tudo, social. Nesta acepção, o trabalho assume papel central, o que pode ser visto na literatura clássica desde Hegel, passando por Smith, e ganhando um caráter particular sob os olhares de Marx e Engels ao defenderem o trabalho como o motor da sociedade capitalista.

Leontiev define o trabalho como a ação exata para o aparecimento da consciência humana, pois propicia a interação.

No trabalho os homens entram forçosamente em relação, em comunicação uns com os outros. Originariamente, as suas ações, o trabalho propriamente, e sua comunicação formam um processo único. Agindo sobre a natureza, os movimentos de trabalho dos homens agem igualmente sobre os outros participantes na produção. Isto significa que as ações do homem têm nestas condições uma dupla função: uma função imediatamente produtiva e uma função de ação sobre os outros homens, uma função de comunicação (LEONTIEV, 2004, p. 92).

Tal conceito, que entende relação como o ato de comunicação, é essencial para auxiliar o estudo das relações de trabalho dentro do campo científico da comunicação. A partir desta compreensão de trabalho enquanto atividade humana é que se constrói a associação intrínseca entre comunicação e trabalho, e a união destas teorias – sob o ponto de vista apresentado anteriormente tanto para os conceitos de linguagem quanto de trabalho – dá origem à abordagem teórico-metodológica do binômio comunicação e trabalho, proposto por Figaro: “o que interessa à abordagem de comunicação e trabalho é a compreensão de que a realidade está na linguagem por meio do percurso sócio-histórico e cultural da experiência humana (2008, p.113)”.

Ideologia do “Terceiro Setor”

Desde as últimas décadas do século XX até a atualidade tem-se visto crescer, no Brasil e no mundo, discursos em torno de pautas sociais associados a conceitos como cidadania, solidariedade e filantropia. Diferentemente dos discursos clássicos dos movimentos sociais, conhecidos por sua crítica ferrenha ao Estado e ao setor privado, estes se instituíram de forma mais branda e foram mais bem assimilados socialmente, acabando por se vincular a uma concepção bastante específica de melhoria social: àquela onde há uma sociedade civil organizada através de entidades sem fins lucrativos e não

governamentais e que tenta se estruturar apartadamente das instituições democráticas clássicas. Este universo de organizações, popularmente conhecidas como ONGs, passou a ser identificado – tanto nas práticas de mercado quanto em diversos segmentos da universidade – como “terceiro setor”. A própria legislação brasileira refere-se à parcela destas instituições como a “sociedade civil organizada”.

O surgimento e a expansão deste segmento de mercado demandaram tanto do campo científico quanto do mercado a criação de conceitos e nomenclaturas que buscassem abarcar toda sua complexidade. Como afirmado acima, a concepção mais aceita é a do estabelecimento de uma sociedade civil que se organiza como um “terceiro setor”, segmento que se colocaria separado do que seriam o primeiro setor (o Estado) e o segundo setor (o mercado). Esse “terceiro setor” seria formado, assim, por organizações privadas de interesse público que atuam socialmente em defesa de benfeitorias coletivas e sociais. Partimos da concepção de Montaño (2014), que defende a existência de uma *ideologia do “terceiro setor”*, ou seja, um sistema de valores sob os quais este conceito está sustentado. O autor define:

Entendemos por *Ideologia do “Terceiro Setor”* o conjunto de termos e linguagens, de conceitos teóricos e de valores éticos e políticos, que sustentam a *autorresponsabilização dos sujeitos* por suas próprias condições de vida, e pela solução de seus problemas e satisfação de suas necessidades, *des-responsabilizando o Estado* da ação social e *desonerando o capital* nessa tarefa (p.41).

Partimos do entendimento de que este “terceiro setor” se trata de um fenômeno complexo e contraditório em sua própria constituição, já que abrange tanto organizações vinculadas a ideais progressistas e libertários quanto conservadores e neoliberais. Segundo Gohn (2000), todos contam com um ponto comum: a defesa da cidadania, seja em programas que visam à emancipação de setores populares quanto aqueles meramente assistenciais, estruturados sob lógicas estratégicas de mercado.

É possível encontrar, dentre os estudos sobre o tema, teorias que entendem o “terceiro setor” como um bloco único homogêneo, não assumindo suas diferenças e contradições internas, recaindo assim em observações reducionistas desta realidade – tanto em teorias críticas quanto em teorias afirmativas do setor. Construimos a presente pesquisa sustentada na relação dialética entre estes pontos de vista.

Para Montaño, a concepção de um “terceiro setor” como uma alternativa ao mercado e ao Estado “engloba uma *ideologia*, que apresenta conceitos, valores, interesses, de forma mistificada e mistificadora, para se constituir como ideologia hegemônica, aceita como algo natural e/ou desejável por todos (idem, p.38)”, ela parte da concepção

de certa cidadania que se dá no âmbito de uma “sociedade civil organizada” que se estabelece descolada do conflito de classes.

É interessante assumir que as ONGs utilizam enunciados discursivos originados historicamente nos movimentos progressistas populares. No entanto, tais discursos convertidos em visões de mundo foram reconceituados a serviço dos interesses hegemônicos do capital para que suas posições conservadoras possam ser melhor aceitas socialmente, em especial pela classe explorada.

Tal visão aponta para a relação intrínseca existente entre o mercado e o “terceiro setor”, entendendo-o como uma estratégia neoliberal para adentrar em espaços historicamente comandados pelo Estado (GENTILI, 1995, apud GOHN, 2000). Outro viés, mais afirmativo em relação à função deste setor, enxerga relevância destas entidades ao exercerem uma mediação entre a sociedade e o Estado, assumindo que este não tem estrutura para promover o desenvolvimento local, o que seria feito pela própria sociedade civil organizada – como uma extensão do Estado.

As ONGs são a face mais visível do terceiro setor, mas apenas uma das frentes de ações coletivas que o compõe. Elas são também muito diferentes entre si, quanto aos seus objetivos, projetos, formas de atuação e ação coletiva, paradigmas e estilo de participação que adoram; e, fundamentalmente, são diferentes nos pressupostos político-ideológico que alicerçam suas práticas (tanto as discursivas e como as ações concretas) (GOHN, 2000, p.62).

Inegavelmente, o fortalecimento do “terceiro setor” coloca-o como um dos atores envolvidos na mudança das estruturas produtivas da sociedade desde o fim do século passado. Dado que os avanços no que entendemos como tecnologias da informação e da comunicação se colocaram como grandes motivadores desta mudança, entendemos que é extremamente relevante entender como se coloca a relação entre este “terceiro setor” e sua ponte com um trabalho com foco em comunicação dentro deste discurso ideológico da solidariedade e cidadania.

Pesquisa empírica: Comunicação em organizações sem fins lucrativos

Buscamos compreender o universo das associações que assumiram a comunicação como a principal “ferramenta” de transformação em defesa de uma causa social. Empiricamente, nosso recorte abrange instituições localizadas no município de São Paulo e que se encontram ativas e atuantes durante o período de estudo (2016-2018).

Como estratégia inicial idealizada para a pesquisa de campo, buscamos executar dois métodos em todas as instituições: a realização de entrevistas qualitativas (DUARTE, 2008), por meio de um questionário semiestruturado, e a observação participante (PERUZZO, 2008). Durante a observação participante, a proposta idealizada foi a de acompanharmos o cotidiano de trabalho nas organizações, reuniões de equipe, atividades dos projetos, entre outros, tendo como instrumento de coleta de dados o diário de campo. A realização prática desta etapa foi grandemente impossibilitada devido à falta de autorização para participarmos de reuniões de equipes. Já para as entrevistas qualitativas, selecionamos dentro do corpo de funcionários, prioritariamente, os gestores e coordenadores, em seguida incluindo conversas e entrevistas com demais trabalhadores, utilizando o roteiro de perguntas semiestruturadas, o caderno de anotações e o gravador como ferramenta de trabalho.

Apresentamos através do quadro abaixo a compilação dos resultados iniciais revelados a partir da análise de conteúdo (*website*, redes sociais e relatório institucional de atividades) e da análise do discurso (entrevistas com trabalhadores).

Figura 1 – Resultados parciais da dissertação

	ORGANIZAÇÃO A	ORGANIZAÇÃO B	ORGANIZAÇÃO C
COMUNICAÇÃO	Educomunicação	Jornalismo investigativo	Formação audiovisual
VINCULAÇÃO / ORIGEM	Comunitária	Acadêmica	Corporativa
DISCURSO POLÍTICO	Empoderamento do cidadão	Parceria com Estado	Sociedade + Setor Privado
DISCURSO ECONÔMICO	Negócio social + Empreendedor	Financiamento da causa	Jovem empregado + Empresa feliz
FUNÇÃO DA COMUNICAÇÃO	Comunicação para empoderar	Comunicação para informar	Comunicação para empregar

Fonte: Elaboração própria

Dentre os resultados prévios da pesquisa, conseguimos enquadrar todas as organizações selecionadas dentro dos aspectos destacados por Montaño para defini-las – em maior ou menor grau – como parte pertencente da *ideologia do “terceiro setor”*.

A organização A atua com a formação em educomunicação de jovens da periferia da zona sul de São Paulo, e carrega em seu discurso institucional a forte concepção

de transformação social a partir do sujeito, com o aparecimento constante de termos como liderança, negócio social e empreendedorismo social. O poder público e o poder privado desaparecem deste discurso, dando destaque ao “poder do cidadão”. A organização tem um conselho diretor formado por ex-educandos beneficiários, enfatizando a concepção de “protagonismo” do sujeito atendido. A comunicação aqui é vista como instrumento de “empoderamento”.

A organização B se caracteriza fortemente por um discurso e uma prática contra hegemônicos, tendo como foco de atuação o trabalho de jornalismo investigativo, visando denunciar casos de abuso aos direitos humanos. Seu discurso se assimila àquele encontrado tradicionalmente nos movimentos populares, com a recorrência de termos como “violação de direitos”, “classe trabalhadora” entre outros. A comunicação aqui é vista como instrumento de divulgação de informações para relevar e escancarar problemas sociais.

A organização C, fundada por grandes empresários e presidida por uma figura pública de abrangência nacional do ramo do entretenimento, atua com a capacitação profissional de jovens para o mercado de trabalho por meio da formação em audiovisual. A presença do “privado” é forte em seu discurso institucional, que dá forte destaque as parcerias firmadas com empresas. O “público” é praticamente inexistente, dando lugar à concepção de transformação social que ocorre entre o sujeito e o “privado”. A comunicação aqui é vista como uma habilidade profissional e técnica adquirida para empregar o beneficiário.

Considerações

Aplicado uma análise de nossa temática sob a perspectiva crítica apresentada, observamos que surge uma contradição inerente ao estabelecimento deste modelo organizacional do “terceiro setor”: mesmo buscando uma atuação social e cidadã, estando inseridas no modo capitalista de produção, estas instituições não estão isentas de reproduzirem as explorações endêmicas do sistema. Do ponto de vista legal, entidades filantrópicas são impossibilitadas de acumularem lucro; no entanto, é natural afirmar que elas se encontram vinculadas a toda uma estrutura de acumulação de capital que lhes retira a autonomia de desenvolvimento de qualquer modelo de produção diferente do já existente.

Sem dúvida, é possível afirmar que as organizações da sociedade civil surgem justamente para atuarem com problemas sociais resultantes da própria desigualdade, característica do modelo exploratório capitalista. Neste contexto, onde a sociedade civil

se reafirma como protagonista em defesa das políticas sociais, os capitalistas buscam firmar sua posição nesta conjuntura, reforçando seus interesses econômicos, velados pelas iniciativas sociais.

Ao conhecer melhor o *modus operandi* deste setor, é possível verificar que ele está estritamente vinculado às práticas hegemônicas. Em nossa pesquisa objetivamos demonstrar tal afirmação a partir de uma análise histórica e social do discurso das organizações selecionadas, relacionando-os à teoria da *ideologia do “terceiro setor”*.

Referências

ALVES, M. A. **Terceiro Setor**: as origens do conceito. Anais do XXVI ENANPAD, Salvador/BA, 2002 (GPG 837-2002).

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2001.

CARDOSO, R. *Fortalecimento da sociedade civil*. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (org.). **3º Setor**: desenvolvimento social no Brasil. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1997.

DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DARDOT, P; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaios sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

FIGARO, R. **Comunicação e Trabalho**: estudo de recepção – o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita/FAPESP, 2001.

_____. *Atividade de Comunicação e Trabalho*. **Revista Trabalho, Educação Saúde**. Fiocruz, Rio de Janeiro, v. 6 n. 1, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462008000100007.

FIORIN, J. L. **Linguagem e Ideologia**. 8ª edição. São Paulo: Editora Ática, 2004.

GOHN, Maria da Glória. **Mídia, terceiro setor e MST**: impacto sobre o futuro das cidades e do campo. Petrópolis: Vozes, 2000.

LANDIM, L. **Para Além do Mercado e do Estado?** Filantropia e Cidadania no Brasil. Rio de Janeiro: ISER, Núcleo de Pesquisa, 1993.

LEONTIEV, A. **O Desenvolvimento do Psiquismo**. São Paulo: Centauro, 2004.

LOPES, M. I. V. **Pesquisa em Comunicação**. 12^a ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

MARX, K. **O Capital**. Crítica da economia política. Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013.

MONTAÑO, C. **Terceiro setor e questão social**: crítica ao padrão emergente de intervenção social. São Paulo: Cortez, 2002.

_____. **O canto da sereia**: crítica à ideologia e aos projetos do “terceiro setor” (org). São Paulo: Cortez, 2014.

PERUZZO, C. K. *Observação participante e pesquisa-ação*. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2^a ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VYGOTSKY, L. S. **A construção do pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

O jornalismo brasileiro na TV Aberta

*Sonia Regina Soares da Cunha**

Resumo: Este artigo apresenta parte de um estudo doutoral em desenvolvimento sobre o jornalismo na TV Aberta do Brasil. Para compor o *corpus* empírico e favorecer oportunidades dialógicas com os sujeitos inseridos na dinâmica dessa produção de conhecimento foram escolhidas as quinze melhores reportagens televisuais da TV aberta no Brasil, de 2001 a 2015, de acordo com a seleção e premiação feitas pelo júri do Prêmio Esso. O aporte teórico e metodológico tem apoio nas noções trabalhadas coletivamente pelo grupo de pesquisa 'Epistemologia do Diálogo Social', coordenado pela profa. dra. Cremilda Medina, do PPGCOM/ECA/USP, orientadora desta investigação que busca refletir sobre o conhecimento produzido, tanto pelas histórias humanas particularizadas nas narrativas televisuais, quanto pelos contextos coletivos dessa produção simbólica.

Palavras-chave: Telejornalismo. Epistemologia do Diálogo Social. Prêmio Esso de Telejornalismo. Jornalismo na TV Aberta Brasil.

Introdução

Em fevereiro de 1974, o Jornal Hoje¹ mostrou imagens de um homem pulando do alto de um prédio no meio de uma densa fumaça. Era o incêndio do edifício Joelma, hoje edifício Praça da Bandeira, na Nove de Julho, 225, capital paulista. Enquanto meus olhos entristecidos testemunhavam aquele momento captado pelo cinegrafista da Rede Globo, a proximidade de onde eu estava com o local da tragédia, enchia o ar com um nauseante odor de queimado que impregnou o ar da cidade por meses, e meu espírito de jornalista para sempre.

Em abril de 1992, estava na Televisiva, na Cidade do México, entrevistando os atores da novela "Carrossel" para o SBT-SP, quando aconteceu a tragédia da Pemex² que provocou a morte de mais de duzentas pessoas e cerca de dois mil feridos, em

* Doutoranda em Comunicação pelo PPGCOM-ECA/USP. E-mail: reginacunha@usp.br.

1 Incêndio Joelma (vídeo) Memória Globo 1974. Disponível em goo.gl/uw93mQ.

2 Petróleos Mexicanos (Pemex) é uma empresa estatal do México, de economia mista. Vídeo da NatGeo sobre tragédia de 1992. Disponível em <http://bit.ly/26kQOIM>.

Guadalajara. Os corpos estavam sendo levados para o estádio onde os brasileiros, em 1970, conquistaram com o apoio da alegre torcida mexicana o tricampeonato mundial de futebol, mas naquela tarde o gramado tinha se transformado num imenso velório, a tristeza tomava conta das arquibancadas e se espalhava por todo território mexicano.

Fui a primeira jornalista brasileira a chegar ao local da catástrofe, e consegui captar imagens aéreas que revelavam uma imensa cratera com cerca de oito quilômetros de comprimento, exatamente por onde passava o duto de gasolina da estatal mexicana. O vazamento provocou explosões intermitentes por quase quatro horas levantando por mais de cinco metros de altura tudo o que estava nas ruas: pessoas, carros, casas, prédios, enfim.

Em 2001, estava nos Estados Unidos quando vi pela televisão o exato momento em que o avião atingiu a segunda torre, em Nova Iorque. Por um instante cheguei a pensar que era a chamada de um novo filme americano daqueles recheados de ação, efeitos especiais e heróis da ficção, mas logo na sequência vi o terror estampado nos rostos das pessoas correndo desesperadas. Aquela sensação atravessou a tela e me deixou sem ar. Como jornalista profissional desde 1985 em TVs Aberta, TVs Comunitárias de TVs por Assinatura (de 1998 a 2008), professora de telejornalismo em universidade pública (UFRN) e, mais recentemente, como estagiária docente do PAE/USP nas disciplinas de Telejornalismo e Jornalismo no Rádio e na TV, posso afirmar que ocorreu uma imensa transformação no processo técnico de produção da notícia para a televisão; mas para quem vê pela telinha parece que continua quase o mesmo – o apresentador chama a matéria que tem um repórter narrando um fato com imagens do local. Editado ou ao vivo. Em qualquer lugar do planeta é possível identificar e reconhecer um telejornal, mesmo sem entender uma palavra da língua ou da cultura local, porque a ancoragem, reportagem e produção apresenta poucas alterações no formato e apresentação, desde o início da transmissão.

Sobre a primeira fase da pesquisa (2016 e 2017 – qualificação)

Como este é um artigo elaborado para o “Conexão Pós”, evento cuja exigência participativa dos pós-graduandos, já qualificados, visa proporcionar diálogos colaborativos entre discentes sobre as pesquisas em desenvolvimento no âmbito do PPGCOM/ECA/USP, acredito oportuno relatar um pouco do percurso investigativo com o objetivo de receber contribuições.

Durante o primeiro ano (2016) pesquisei o ‘estado da arte’ com o objetivo de compreender a evolução tecnológica do processo de montagem da notícia na tevê. Dos relatórios, fichamentos e análises feitas durante essa fase cito dois artigos: “Comunicação e Educação: O Algoritmo dos Outros Somos Nós” e “A evolução da edição da notícia na TV” que foram publicados, constam das referências e estão disponíveis online para leitura e *download*. Em síntese, constatei que, o menor tamanho e o peso mais leve dos equipamentos de captação e gravação audiovisual, através da nova tecnologia digital, permite que a gravação/regravação e edição/reedição das cenas sejam feitas quantas vezes necessárias e em menor tempo.

O processo de edição de vídeo na produção jornalística para televisão também ganhou agilidade em virtude da modificação do conteúdo audiovisual, no início pelo sistema químico (película/linear) e nos dias de hoje, pelo matemático (algoritmo/não linear). Com o advento da TV Digital a grade fixa da programação, introduzida na década de 1950, também está perdendo a função que havia sido imposta pelo anunciante que patrocinava o telejornal: notícia com ‘hora marcada’.

Além disso, as imagens técnicas produzidas pela câmera fotográfica, celular, drone e/ou software de edição de vídeo ganharam primazia, em especial no jornalismo como produtor de verdades (bem simbólico); e quanto mais rápida for produzida uma nova imagem técnica, mais rapidamente ela poderá ser vista e consumida por milhares de pessoas, ao mesmo tempo.

Assim, a realidade fica concentrada na imagem, e a cada nova imagem, uma nova realidade simbólica do mundo. Há uma imensa oferta de dados (*big data*): informações algorítmicas certificadas por fontes institucionalizadas do poder; estatísticas locais/nacionais/globais avalizadas por organizações governamentais e não governamentais; infográficos; textos; videoreportagens com ou sem áudio; enfim. Quanto mais rapidamente for apresentado um novo gráfico, com uma nova informação, aumentam as possibilidades de alcançar um número maior de telespectadores, e com o crescimento da audiência aumentam as possibilidades de conquistar mais anunciantes.

Embora não tenha fechado análise sobre, a equação hoje parece ser: maior mercado = mais lucro. É possível dizer que mudou o conceito de jornalismo, porque hoje dá para comprar apenas uma notícia, do passado ou contemporânea, ou ainda, um pacote avulso com áudio, vídeo e texto sobre determinado fato. As emissoras de televisão pedem ao público para ‘pautar’ os assuntos que desejam ver nas notícias, através das # *hashtags* (marcadores) nas redes sociais, ou cliques positivos (*likes*) nas sugestões de reportagens disponíveis nos sites etc.

Contudo, nem todas as ofertas algorítmicas extemporâneas conseguem satisfazer a “curiosidade epistêmica” (CUNHA, 2016) sentida pelo jornalista autoral quando tem uma *motivação* para escrever uma narrativa noticiosa, em forma de informação estruturada. Há quem se queixe de reportagens longas, bem narradas, mas que não explicam nada, mas não se trata de tamanho de reportagem, pois uma grande reportagem pode estar concentrada em poucas e bem escritas linhas. A autoridade polifônica bem trabalhada estimula a participação do Outro pela “televisualidade” e “interatividade”. A “interatividade” pode ser um caminho para uma nova produção jornalística na TV Digital, noção sobre a qual já me dediquei durante a dissertação e escrevi em 2011, com orientação da professora Valquíria Kneipp, um artigo premiado pela Intercom: “A utilização do Ginga na construção do processo de interatividade no telejornalismo brasileiro”.

A adaptatividade do telespectador ao novo processo interativo, via redes sociais, parece fluir com facilidade, mas o fluxo adaptativo não segue na mesma velocidade do outro lado da telinha, ou seja, para quem vive a prática na redação de TV, o processo exige tempo e dedicação, em especial para dominar os novos softwares de edição, redação, ou arquivo etc. Por mais que as faculdades de jornalismo tentem preparar o aluno para uma atuação profissional atualizada ao mundo contemporâneo, as modificações curriculares parecem ser inócuas e superficiais ao privilegiar o aperfeiçoamento técnico, o empreendedorismo e o desenvolvimento de aplicativos de vídeos noticiosos, em detrimento do incentivo ao debate coletivo e à leitura crítica da experiência jornalística cotidiana. Compreender o instrumento televisão e a notícia televisual no mundo contemporâneo pede mais que analisar ações pré-determinadas pela ditadura tecnológica como: passarelas iluminadas para o apresentador; cenários interativos; drones etc. É preciso incentivar o futuro jornalista a buscar o conhecimento, a essência dos fatos e os interesses comuns, um jornalismo com ação transformadora.

Em 2017, com a aproximação do exame de qualificação, mais me questionava sobre o resultado ‘racionalista’ do relatório. É que a “techné” onde eu estava a navegar com a bússola da prática social mediática revelava um “conhecimento técnico”. Entretanto, ao entrar para o PPGCOM/ECA/USP fui acolhida e estou abraçada ao coletivo do grupo de pesquisa “Epistemologia do Diálogo Social”³, coordenado por

3 Disponível em <http://bit.ly/2DjIHFN>

Cremilda Medina, que me fez mergulhar intelectualmente no maremoto tsunâmico da culturalidade humana para buscar a preciosa “episteme”.

Esse despertar para o lado subjetivo da cultura em que estamos e somos provocou internamente uma quebra de paradigmas no que havia de enraizado em minha mente e está a arrancar, sem piedade, pedaços da objetividade positivista e da estrutura mecanicista solidificada pelos anos de viver telejornalístico.

Estou a deixar de lado a bagagem pesada e ultrapassada dos “postulados das gramáticas inerciais e das análises reducionistas” e tento me tornar parte de um coletivo que exercita a “compreensão abrangente dos acontecimentos contemporâneos”. Busco investigar cientificamente pela perspectiva cultural, de maneira a permitir a visualização dos processos que modelam a comunicação na contemporaneidade, e assim, fazer com que a jornalista/pesquisadora/autora consiga ir mais além da análise superficial das mudanças tecnológicas, ou das variantes algorítmicas, não que elas não sejam importantes, mas é que historicamente, para compreender o mundo há que se avançar sobre datas e períodos, e visualizar percepções compreensivas que são oferecidas através da consciência coletiva que pode, ou não, seguir padrões e/ou valores pré-estabelecidos.

Destaco, portanto quatro vertentes epistemológicas que estruturam a metodologia aplicada neste estudo: 1) contexto social, 2) protagonismo anônimo, 3) identidade cultural/raízes históricas e 4) diagnósticos e prognósticos especializados. Estas vertentes investigativas foram introduzidas em 1973, por Cremilda Medina e Paulo Roberto Lobo Leandro (14/10/1947 – 24/01/2015), no livro editado por eles, ‘A arte de tecer o presente’, e assinalavam a renovação da cobertura jornalística.

Mais do que romper com a objetividade imposta pelos manuais de jornalismo os autores indicavam a “interpretação do real”, diante da impossibilidade de captar toda a complexidade da realidade. Uma proposta analítica que sugere o aprimoramento da visão culturalista, justamente porque o jornalismo é um bem simbólico da cultura do ser humano.

Parece simples compreender e trabalhar essa perspectiva, afinal, a cultura é o patrimônio universal de toda a humanidade e é ela quem nutre a instituição social ‘Jornalismo’. Nós inventamos a cultura e ela está conosco desde os primórdios de nossa evolução na Terra, por isso somos diferentes dos outros animais. A cultura é parte da nossa vida como o ar que respiramos, permitindo acumular ‘informação’ e deixá-la como legado para o presente próximo e futuro.

Sobre a escolha do *corpus* e o aporte teórico/metodológico

Na tentativa de escapar de uma escolha subjetiva preferi recorrer ao Prêmio Esso de Telejornalismo⁴, assim o *corpus* está formado por todas as reportagens de televisão premiadas por esse júri, num total de quinze, de 2001 a 2015⁵.

Tabela 1 – Relação dos Prêmios Esso de Telejornalismo (2001 a 2015)

Ano	Reportagem	Título	Emissora
2001	Tim Lopes, Flávio Fachel	Feira de Drogas	Globo
2002	Eduardo Faustini	Corrupção em São Gonçalo	Globo
2003	Andréa Cassola	AIDS 2002	MTV
2004	Cristiane Finger	Mulheres que amam demais	SBT RS
2005	Leandro Cipoloni	Imbroglione	Record
2006	Giovani Grizotti	A farra dos vereadores turistas	RBS
2007	Giovani Grizotti	Fantasma de Sapucaia	RBS
2008	André Felipe Tal	Dossiê Roraima	Record
2009	Mônica Puga	Confronto na linha vermelha	SBT
2010	Roberto Cabrini	Sexo, Intrigas e Poder	SBT
2011	Gustavo Costa	Transamazônica	Record
2012	Fábio Pannunzio	Desaparecidos	Band
2013	Luiz Carlos Azenha	As crianças e a tortura	Record
2014	Fábio Pannunzio	O avanço da maconha	Band
2015	Lúcio Sturm	Eternas Escravas	Record

Fonte: ExxonMobil

Elaboração: CUNHA, 2017

A primeira dimensão da pesquisa é a operatória onde trabalho os padrões do jornalismo televisual. A unidade de análise é a videoreportagem devidamente editada (peça completa com todas as partes: áudio, vídeo, efeitos, gráficos e legendas) exibida durante a transmissão do telejornal, entre duas entradas do âncora ou do repórter (externa).

A segunda dimensão da pesquisa é a da contextualidade, do processo de produção do jornalismo televisual quando os autores falam sobre as pressões das forças simbólicas de uma época numa proposta aberta de descrição sensível e sensorial da atmosfera

4 Modificado para ExxonMobil em 2015.

5 Esse foi o período em que a Esso premiou reportagens televisuais no Brasil.

social e do conjunto de forças materiais e espirituais que dominavam o ambiente midiático e o caldo cultural da sociedade nos primeiros quinze anos do século XXI. Penso que durante a análise das peças e entrevistas com profissionais será possível interpretar traços que contribuam para compreender, ao menos em parte, a rede de forças simbólicas que perpassaram essa ampla quantidade de material (peças editadas de vídeo), que talvez de outra forma não seria possível conhecer.

Preparo um novo artigo sobre o ‘contexto’ das forças simbólicas e as mudanças estruturais do campo do jornalismo televisual e sobre a evolução da opinião pública a partir dessa visão televisual de realidade, pois se a estrutura do campo muda, muda também – gradualmente – o conteúdo e a forma de ‘poder simbólico’. O ‘poder simbólico’ é um conceito relacional de poder, porque não se refere a um poder individual, mas sim, ao poder coletivo de um campo específico. “O poder simbólico é um poder de construção da realidade⁶ (BOURDIEU, 1991, p.166)”. O crescimento do ‘poder simbólico’ da televisão incentivou as empresas de comunicação a buscar o ‘sensacional, o espetacular, o extraordinário (CANCLINI, 2005)’. Dentre os “locais de produção de conhecimento e troca de significados (MEIKLE, 2008, p. 4)” como as universidades, escolas, organizações governamentais e religiosas, a mídia tem uma posição central como negociadora do ‘poder simbólico’ porque trabalha com a ‘informação’. Há quarenta anos Cremilda Medina publicou o clássico ‘Notícia: um produto à venda’⁷, onde observa a “mensagem jornalística como informação” e trata a “informação jornalística como produto da comunicação coletiva”.

As conquistas técnicas e tecnológicas da modernidade, basicamente introduzindo novas noções de espaço e de tempo, se caracterizam pelo conflito entre a centralização e a descentralização da principal riqueza do *sapiens* – a informação. Tanto o poder econômico quanto o poder político dependem do poder simbólico, ou seja, a capacidade cultural de criar novos sentidos e de interferir no mundo material, no mundo natural e no mundo humano (MEDINA, 2003, p. 95).

6 [trad. autora] *As instruments of knowledge and communication, ‘symbolic structures’ can exercise a structuring power only because they themselves are structured. Symbolic power is a power of constructing reality.*

7 Esse livro publicado em 1978, pela Alfa-Ômega, foi a dissertação de Cremilda Medina, primeira mestra em Comunicação da ECA-USP no Brasil e na América Latina. O que mais gosto nessa obra é a guinada analítica feita pela autora, um olhar acadêmico-investigativo, ao mesmo tempo, profissional-prático sobre o processo de elaboração da notícia (no impresso), a partir de um ponto de vista único nos anos de 1970, o de quem ensina a prática da escrita, com a vivência de quem pratica o escrever. Um abraço psicopedagógico da educadora na própria jornalista e que alcança todos os que leem o livro.

É a partir da “riqueza do *sapiens* – a informação”, combustível para o conhecimento produzido pelo telejornalismo brasileiro (TV aberta), que este estudo tentará delinear o contexto da orquestração coletiva das forças simbólicas da época em que a reportagem foi produzida. A importância do elemento contexto para os estudos comunicacionais foi observada, no final dos anos 1960, pelo professor e pesquisador belga Jean Lohisse⁸ (24 de fevereiro de 1936 / 3 de setembro de 2010).

O contexto, na visão de Lohisse, “é um campo social, conjunto de sistemas simbólicos, estruturas e práticas⁹ (1999a, p.19)”, mas também pode ser chamado de campo, rede, estrutura, e é, acima de tudo, em comunicação, um espaço simbólico em construção e que constrói a relação intersubjetiva pertencente à relação social onde a própria sociedade está organizada com suas convenções, estruturas, poderes, ritos, representações coletivas e a cultura¹⁰. A dimensão dos contextos busca aproximações compreensivas a partir de três tipos de forças: 1) políticas e econômicas; 2) organizacionais; e 3) culturais e simbólicas.

Epistemologia do telejornalismo

Na literatura científica encontramos estudos que afirmam ser a ‘informação televisual’ a fonte de informação primária para os brasileiros, e também, para muitos que vivem nos países latino-americanos, ou europeus, asiáticos, norte-americanos, enfim (SILVERSTONE, 1984, 1994, 1999; MARTÍN-BARBERO, 2001; CUADRA, 2003; VIANNA, 2005).

Na América Latina, temos pesquisadores que trabalham a ideia de que passamos da ‘cultura oral para a cultura audiovisual’; para Cuadra (2003) o vórtice das mudanças culturais e sociais teria estreita conexão com a informação televisual; e no Brasil, o professor Arbex (PUC-SP/Cogea) escreveu que “a fonte principal de informação, no Brasil, é a televisão. Se isso é assim em todo o mundo, aqui a disparidade atinge níveis excepcionais (ARBEX, 2001, p. 264)”.

8 Lohisse é autor do livro ‘La Communication Anonyme’, publicado em 1969, pela editora francesa ‘Universitaires’.

9 [...] *le contexte est un champ social, ensemble de systèmes symboliques, de structures et de pratiques.* (LOHISSE, 1999a, p.19).

10 *Le contexte – champ, territoire, réseau, cadre, environnement, niche... – est avant tout, en communication, un espace symbolique construisant et construit dans la relation intersubjective, mais appartenant aussi à la relation sociale où s’organise la société elle-même avec ses conventions, ses structures, ses pouvoirs, ses rites, ses représentations collectives, as culture.* (LOHISSE, 1999b, p.64).

Mesmo em tempos do aumento de consumo de internet a centralidade da mídia televisual no Brasil aumentou cerca de seis por cento (6%)¹¹ de acordo com a ‘GfK¹² – Growth from Knowledge¹³. Enfim, como a escolha do estudo investigativo é subjetiva, espero que este trabalho contribua para a compreensão sobre o conhecimento que é produzido pelo jornalismo televisual, bem como para que possamos analisar as forças simbólicas que atuaram sobre a produção desse conhecimento. No Brasil, a professora Iluska Coutinho¹⁴ (UFJF) já escreveu sobre o tema e recorreu ao trabalho do professor Mats Ekström¹⁵ que utiliza uma metodologia baseada em três vertentes ‘racionalistas’ do conhecer: 1) o conhecimento produzido e que é oferecido ao telespectador; 2) a maneira de produzir esse conhecimento; e 3) se há uma aceitação pública do conhecimento que é produzido pelo telejornalismo (EKSTRÖM, 2002, p. 259).

Nas reuniões do grupo e na disciplina “Narrativas da Contemporaneidade” que ministra no PPGCOM/ECA/USP, Cremilda Medina trabalha um conjunto de vertentes epistemológicas e intuitivo-sintéticas que certamente deverão nortear o procedimento metodológico desta investigação: 1) Protagonismo sócio-individual; 2) Contextos sociais; 3) História e Cultura; 4) Diagnósticos / Prognósticos da Ciência, Transcendências da Arte.

Os nós da arte em nós

Uma das noções mais destacadas nas reuniões do grupo “Epistemologia do Diálogo Social” é o “Gesto da Arte”. Para Cremilda Medina, o “gesto da arte” é um exercício epistêmico combinatório entre a prática da reportagem e o convívio com a arte que permite tanto ao jornalista como ao pesquisador, ensaiar uma visão compreensiva do mundo.

Como refletir sobre o conhecimento produzido pelo jornalismo televisual sob a ótica do “gesto da arte”? Me lembrei de uma entrevista do escritor português

11 Índice de audiência da TV Aberta Brasil, em julho de 2017, comparado com o mesmo mês do ano anterior, época da transmissão dos Jogos Olímpicos do Brasil.

12 GfK é uma empresa alemã que está no Brasil fazendo levantamento de audiência desde 2015 para o SBT, Record, Band e RedeTV!.

13 Disponível em <http://bit.ly/2rKp1GN>.

14 “A produção social do Telejornalismo: Um olhar sobre os estudos acerca da oferta de conhecimento nos noticiários de TV”. In Anais do XXXIV Intercom, 2011.

15 “Epistemologies of TV journalism: A theoretical framework”, 2002, Universidade de Orebro, Suécia.

José Saramago quando ele participou do Roda Viva¹⁶, em 2003. Num certo momento Saramago contou que, antes de escrever o “Ensaio sobre a cegueira” ele escrevia sobre a estátua, e que desde então, passou a escrever sobre a pedra. Pedra que não sabia que era estátua, mas a vida da estátua estava dentro dela, embora ela não pudesse ver. Saramago sugeriu um exercício reflexivo: “saia do seu presente e caminhe na direção contrária”. Essa volta reflexiva ao passado permite ampliar e clarear a visão compreensiva sobre o mundo presente onde somos.

Referências

ARBEX JÚNIOR, J. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BERLYNE, D. E. *A theory of human curiosity*. In: **British Journal of Psychology**, 45:3, Aug. 1954.

BOURDIEU, P. **Language and Symbolic Power**. Cambridge, UK: Polity Press, 1991.

_____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CANCLINI, N.G. *Sobre como Clifford Geertz e Pierre Bourdieu chegaram ao exílio*. In: _____, _____. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**: mapas da interculturalidade. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

COUTINHO, I. *A produção social do Telejornalismo*: um olhar sobre os estudos acerca da oferta de conhecimento nos noticiários de TV. In: **Anais Intercom**, 2011. Disponível em <http://bit.ly/2njMtG5>.

CUADRA, A. **De la Ciudad Letrada a la Ciudad Virtual**. Chile: Lom Ediciones, 2003.

CUNHA, SRS., KNEIPP, V. *A utilização do Ginga na construção do processo de interatividade no telejornalismo brasileiro*. In: **Anais Intercom**, Recife, 2011. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0821-1.pdf>

¹⁶ Roda Viva com José Saramago. Disponível em <http://bit.ly/2nm5MO3>

CUNHA, SRS. *Comunicação e Educação: O Algoritmo dos Outros Somos Nós*. In: **Anais Intercom**, ECA/USP, SP, 2016. Disponível em <http://bit.ly/2EjcRav>.

_____, ABRAVANEL, R. *A evolução da edição da notícia na TV*. In: **Anais Simpósio Internacional Jornalismo em Ambientes Multiplataforma** – ESPM, SP, 2016. Disponível em <http://bit.ly/2ggnsKg>.

_____. MEDINA, C. *A Curiosidade Epistêmica Jornalística e a Narrativa Autoral*. In: **Anais do 40º Intercom**, Curitiba, 2017. Disponível em <http://bit.ly/2nlM3y3>.

EKSTRÖM, M. *Epistemologies of TV journalism: a theoretical framework*. In: **Journalism**, Sage Journals, v.3, n.3, 2002.

LEANDRO, P.R.L. e MEDINA, C. **A arte de tecer o presente**. (Edição dos autores). 1973.

LOHISSE, J. *La construction de la communication*. In: **Recherches en communication**, nº 11, Les années 70, 1999.

_____. *L'anthropologie, la communication et leurs lieux*. In: **Recherches en communication**, nº 12, 1999.

MARTÍN-BARBERO, J. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisivas**. São Paulo: Senac SP, 2001.

MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda**. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.

_____. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. São Paulo: Summus, 2003.

MEIKLE, G. *News and Symbolic Power*. In: MEIKLE, G. **Interpreting News**. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2009.

SILVERSTONE, R. *Narrative strategies in television science – a case study*. In: **Media, Culture and Society**, v. 6, 1984.

_____. **Television and Everyday Life**. London: Routledge, 1994.

_____. **Why Study the Media?** London: Sage, 1999.

VIANNA, R.P.A. *O oculto mostrando do telejornalismo na era digital: retrospectiva da “communication research audiovisual”*. In: **Revista Portal do Jornalismo Brasileiro**, RJ: PB/ECA-USP, 2003.

