

Organizadoras:

Elizabeth Saad  
Jacqueline Ausier  
Karla Meira

# CONEXÃO PÓS

MOBILIZAÇÃO, COMUNICAÇÃO E DEMOCRACIA:  
CAMINHOS PARA FORTALECER O FUTURO



## **UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

### **REITORIA**

Reitor

**Prof. Dr. Aluísio Augusto Cotrim Segurado**

Vice-Reitora

**Profª Dra. Liedi Légi Bariani Bernucci**

### **ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

Diretora

**Profª Dra. Maria Clotilde Perez Rodrigues**

Vice-Diretor

**Prof. Dr. Mario Rodrigues Videira Junior**

### **COMISSÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO DA ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

Presidente

**Profª Dra. Monica Isabel Lucas**

Vice-Presidente

**Profª Dra. Giovana Deliberali Maimone**

### **PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – PPGCOM USP**

#### **Comissão coordenadora do PPGCOM:**

**Coordenadora:** Profa. Dra. Maria Cristina Palma Munglioli

**Vice-coordenador:** Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

#### **Membros Titulares**

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

Profa. Dr. Luiz Alberto Beserra de Farias

Profa. Dra. Maria Cristina Palma Munglioli

Profa. Dra. Roseli Aparecida Fígaro Paulino

#### **Membros Suplentes**

Prof. Dr. Alan César Belo Angeluci

Profa. Dra. Maria Aparecida Ferrari

Profa. Dra. Daniela Osvald Ramos  
Prof. Dr. Richard Romancini

### **Secretária**

Maria Souza

### **Contato:**

Secretaria da Comissão Coordenadora do Programa (CCP-PPGCOM)

E-mail: ppgcom@usp.br

Telefone: +55 11 3091-4507

Serviço de Pós-Graduação (SPG-ECA)

E-mail: pgeca@usp.br

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

### **Catálogo na Publicação**

#### **Serviço de Biblioteca e Documentação**

#### **Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

C747                      Conexão pós [recurso eletrônico] : mobilização, comunicação e democracia : caminhos para fortalecer o futuro / Elizabeth Saad, Jacqueline Ausier, Karla Meira (organizadoras) – São Paulo: ECA-USP : Editora Ibero-Americana, 2026.  
PDF (367 p.) : il. color.

Trabalhos apresentados no evento realizado de 28 a 30 de março de 2023, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, SP.  
ISBN 978-85-7205-335-8

1. Comunicação. 2. Comunicação – Pesquisa. I. Saad, Elizabeth. II. Ausier, Jacqueline III. Meira, Karla.

CDD 23.ed. – 302.2

Elaborado por: Edson Pedro da Silva CRB-8/7893

## **Conselho Editorial e Equipe Técnica**

**Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz**

*CEO e Founder - Editor*

### **Editores Associados**

**Profa. Dra. Arielly Kizzy Cunha**

*EAAC/Unesp*

**Prof. Dr. Ivan Fortunato**

*Instituto Federal de São Paulo/Ufscar*

### **Membros Equipe Técnica**

**Déborah Crivellari**

*Coordenadora de Projetos, Editora de textos, revisora e tradutora.*

**Juliany Ferreira Lisboa da Silva CRB/SP 011049/O**

**Vanessa de Paula Sales**

*Assistentes Editoriais e Bibliotecária*

**André Luís Cordeiro Lopes**

*Designer, Capista e Diagramador - Projeto Gráfico*

**Me. Pedro Surreaux**

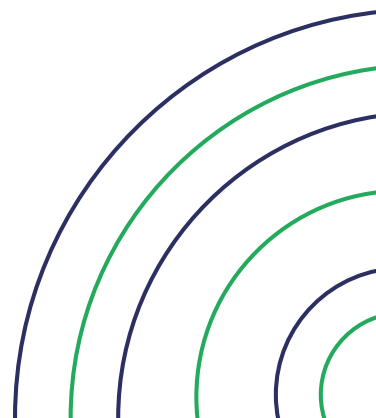
*Revisor e tradutor*

**Me. Caio Augusto Martins Furtado**

*Editor, revisor e tradutor*

**Maycon Peter Fortunato Guerra**

*Estagiário*



## **Comitê científico**

Dra. Adriana Campani  
UVA

Dr. Alfrâncio Ferreira Dias  
UFS

Dra. Ana Paula Santana  
UFSC

Me. Anaisa Alves de Moura  
INTA - UNINTA

Dr. Ari Raimann  
UFG

Dr. Breyner R. Oliveira  
UFOP

Me. Caique Fernando da Silva Fistarol  
FURB

Dra. Claudia Regina Mosca Giroto  
Unesp

Dra. Cyntia Bailer  
FURB

Dr. Eládio Sebastián Heredero  
UFMS

Dra. Elisabete Cerutti  
URI

Dr. Emerson Augusto de Medeiros  
UFERSA

Dr. Fabiano Santos  
UFMS

Dra. Fátima Elisabeth Denari (in memoriam)  
UFSCar

Dra. Helen Silveira Jardim de Oliveira  
UFRJ

Dra. Iracema Campos Cusati  
UPE

Dra. Kellcia Rezende Souza  
UFGD

Dra. Leonor Paniago Rocha  
UFJ

Dra. Liliane Parreira Tannus Gontijo  
UFU

Dra. Maíra Darido da Cunha  
FABE

Prof. Dr. Marcelo Siqueira Maia Vinagre  
Mocarzel  
UCP

Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista  
UCS

Dra. Maria Teresa Miceli Kerbauy  
FCLAr (Unesp) – UFSCar

Dra. Marta Furlan de Oliveira  
UEL

Dra. Marta Silene Ferreira de Barros  
UEL

Dra. Mirlene Ferreira Macedo Damázio  
UFGD

Dr. Osmar Hélio Araújo  
UFPB

Dra. Rosebelly Nunes Marques  
Esalq (USP)

Dra. Sandra Pottmeier  
UFSC

Dr. Sebastião de Souza Lemes  
FCLAr (Unesp)

Dra. Shirlei de Souza Corrêa  
Uniavan

Dr. Washington Cesar Shoite Nozu  
UFGD

## **Comitê Internacional**

Dr. Sidclay Bezerra de Souza  
Universidad Católica del Maule

Dr. João Carlos Relvão Caetano  
Universidade Aberta

Dr. Marc Marie Luc Philippe Jacquinet  
Universidade Aberta

## **Comissão científica**

E-book “Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia: caminhos para fortalecer o futuro.

Prof. Dr. Adilson Citelli

Prof. Dr. Anderson Lopes

Prof. Dr. Bruno Pompeu

Profa. Dra. Carla Tôzo

Profa. Dra. Carolina Terra

Prof. Dr. Claudemir Viana

Prof. Dr. Clóvis Teixeira

Profa. Dra. Daniela Osvald

Prof. Dr. Daniel D. Zimmermann

Profa. Dra. Roseli Fígaro

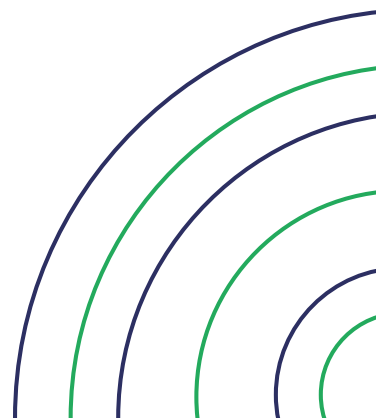
Prof. Dr. Santiago Naliato Garcia

Prof. Dr. Tomaz Penner

Profa. Dra. Valéria Castro

Prof. Dr. Vinicius Romanini

Prof. Dr. Wagner Souza



## Sumário

<b>Apresentação</b> .....	11
Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup> Elizabeth Saad	
<b>Prefácio</b> .....	14
Profa. Dra. Clotilde Perez	
Profa. Dra. Maria Cristina Palma Munglioli	
<b>Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia: caminhos para fortalecer o futuro [organização]</b> .....	17
Jacqueline Ausier	
Karla Meira	
<b>Democracia midiática: representações mobilizadas em meios de comunicação</b> .....	22
Ivan Paganotti	
<b>Programação geral do evento</b> .....	36
<b>EIXO COMUNICAÇÃO</b> .....	39
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	40
<b>A experiência com fotolivros no contexto imagético contemporâneo</b>	
Carolina Araujo Forléo	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	57
<b>As diferentes escolas no discurso narrativo ficcional</b>	
Gabriela Torres	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	74
<b><i>Coisa Mais Linda!</i> Representação da protagonista Thereza da série da Netflix sob um olhar interseccional</b>	
Claudinei Lopes Junior	

CAPÍTULO 4.....	89
<b>Comunicação, cultura organizacional e meritocracia</b>	
Sandro Pontes	
CAPÍTULO 5.....	104
<b>Educomunicação socioambiental e arte: pesquisa documental</b>	
Daniely Silva Duarte	
CAPÍTULO 6.....	120
<b>Presença de Electra em <i>Avenida Brasil</i>: da tragédia grega à telenovela</b>	
Leonardo de Sá Fernandes	
<b>EIXO DEMOCRACIA .....</b>	<b>136</b>
CAPÍTULO 1.....	137
<b>As emissoras públicas ou estatais de rádio e televisão nos países fundadores do Mercosul: uma investigação sobre a propriedade das empresas</b>	
Gislene Nogueira Lima	
CAPÍTULO 2.....	154
<b>Atualização da pesquisa sobre as relações de comunicação no mundo do trabalho das pessoas com deficiência motora</b>	
Jamir Kinoshita	
CAPÍTULO 3.....	171
<b>Discursos midiáticos do ativismo alimentar: uma abordagem multimetológica</b>	
Sara Barbosa	
CAPÍTULO 4.....	185
<b>Fundações educativas e sociais: um olhar para o cenário brasileiro</b>	
Keynayanna Késsia Costa Fortaleza	

CAPÍTULO 5..... 203

**Jornalistas periféricos na imprensa hegemônica: a experiência da Folha e do Uol**

Edilaine Heleodoro Felix

CAPÍTULO 6..... 219

**O papel da publicidade nas políticas públicas: reflexões sobre campanhas de vacinação e seus efeitos na percepção sobre vacinas**

Vinícius Alves Sarralheiro

CAPÍTULO 7..... 233

**Realidade conspiratória e imaginação melodramática: notas sobre o documentário Impeachment: do apogeu à queda, da Brasil Paralelo**

Jaques Lucas de Lemos Cavalcanti

CAPÍTULO 8..... 247

**As mídias sociais como plataformas de campanha permanente**

José Agnaldo Montesso Júnior

**EIXO FUTURO..... 264**

CAPÍTULO 1..... 265

**A interface Comunicação/Educação como materialização do pensamento freiriano**

Wellington Nardes

CAPÍTULO 2..... 283

**Ativismo palestino através de imagens em plataformas digitais**

Vitória Paschoal Baldin

CAPÍTULO 3..... 299

**O instagramável na lógica da economia da atenção e das plataformas**

Ana Roberta Vieira de Alcântara

CAPÍTULO 4..... 314

**Construção do mundo social na Roblox: infâncias e identidades inseridas nas mutações tecnológicas e culturais**

Karla de Melo Alves Meira

CAPÍTULO 5..... 332

**Do ostracismo ao tribunal da internet: origens, paralelos históricos e transmutações da Cultura do Cancelamento**

Jacqueline Ausier

CAPÍTULO 6..... 348

**Redes sociais parlamentares: um modo de exercer a democracia digital**

Michelle Dias



## Apresentação



*Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elizabeth Saad*

O evento Conexão Pós já é uma tradição dentro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP, pois reflete a ágora viva de nosso Programa — discentes, docentes, representantes, comissões, técnicos e demais apoiadores. Uma ágora que a cada edição se amplia, abre suas portas para as necessárias externalidades vindas de outros programas, tornando-se uma das referências sobre o status e as perspectivas da pesquisa no campo das Ciências da Comunicação.

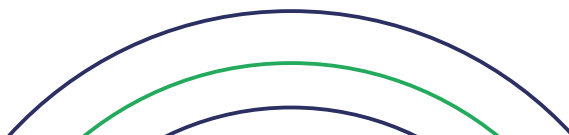
Assim foi a sexta edição, trazendo à luz as pesquisas de 2023 sob o tema *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia: Caminhos para Fortalecer o Futuro*, nada mais oportuno diante de todas as complexas circunstâncias nos campos da política, da saúde e de nossos processos de sociabilidade. Um conjunto de trabalhos que demonstrou a contribuição central do campo da Comunicação.

Este e-book oferece aos leitores a íntegra dos trabalhos dos três eixos temáticos — comunicação, democracia, futuro — e, em cada um deles, produções que reúnem e dialogam os aspectos teóricos à empiria típica dos processos comunicativos.

São diversas as representações e temas contidos em cada texto.

A produção de sentidos surge nas discussões sobre narrativas imagéticas e seriadas, o meio ambiente e a sustentabilidade, e sobre o educar por meio da Comunicação como forma de enraizar no tecido social a ação, os diálogos e as interações que possibilitam as mediações.

Todas as agressões e transformações ao nosso processo democrático, vivenciadas nos últimos anos, refletem-se em trabalhos que tratam da mobilização e dos ativismos por meio



da comunicação, que impactam as políticas públicas, o trabalho, os discursos (des)informativos, e o novo protagonismo das mídias não-hegemônicas.

Por último, não é possível pesquisar a comunicação contemporânea sem ir a fundo nos aspectos da digitalização de nossa sociedade e seus impactos tanto na produção coletiva de sentidos quanto na construção de uma realidade verdadeiramente democrática alavancada pelos dispositivos técnicos. Novamente, o ativismo, a educação, os discursos, e as culturas das plataformas sociais protagonizam trabalhos que evidenciam a transversalidade do digital.

Uma palavra final refere-se à solidez da pesquisa em nível de pós-graduação presente no cotidiano e no imaginário coletivo, aplicada a todas e quaisquer trocas e diálogos que ocorrem na mídia, nas empresas, nas agências e na própria academia. E, mais do que tudo, a consolidação de um campo transversal e protagonista.

Esperamos que os 20 trabalhos aqui apresentados contribuam e instiguem os leitores.

Boa leitura!



## Prefácio

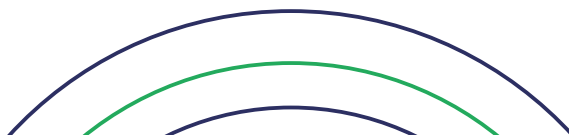


*Profa. Dra. Clotilde Perez*  
*Profa. Dra. Maria Cristina Palma Mungiolli*

A publicação de *Conexão Pós: mobilização, comunicação e democracia: caminhos para fortalecer o futuro* é resultante da sexta edição do evento Conexão Pós, organizado e coordenado, desde 2018, inteiramente por discentes do PPGCOM/USP, com apoio e participação de docentes e coordenação do programa.

O sexto livro do evento contém capítulos que remetem às pesquisas apresentadas em março de 2023. Primeiramente, os trabalhos foram submetidos como resumos e, após as discussões e comentários ocorridos durante os GTs, as/os participantes desenvolveram seus textos a partir de ênfases e recortes selecionados com base em tais discussões. Destacamos que, pela primeira vez, temos artigos de discentes externos à USP, já que a edição de 2023 trouxe uma proposta de expansão do Conexão Pós, abrindo inscrições para outros programas de pós-graduação em comunicação de todo o Estado de São Paulo. Em seu conjunto, cabe enfatizar que os capítulos apresentados neste livro mostram uma grande variedade de objetos, enfoques teóricos e metodologias que caracterizam a complexidade dos problemas de pesquisa do campo da Comunicação na atualidade e, mais diretamente, remetem às linhas de pesquisa do PPGCOM/USP.

A realização do Conexão Pós 2023 representou, também, a retomada oficial das atividades presenciais na USP, após dois difíceis anos, marcados pelos problemas ocasionados pela pandemia de covid-19. Nesse sentido, o tema do evento — *Mobilização, Comunicação e Democracia: caminhos para fortalecer o futuro* — se mostrou oportuno e relevante, ao considerarmos



os ataques de teor golpista ao Palácio do Planalto, em 8 de janeiro de 2023, em Brasília e seus desdobramentos. Tais acontecimentos delituosos evidenciam a necessidade de integração e organização da comunidade científica em defesa da pesquisa, do diálogo e da democracia. É isso que busca PPGCOM/USP que, em 2022, completou 50 anos de pioneirismo, resistência e inovação, com o objetivo de, ao mesmo tempo, contribuir para o fortalecimento do campo de Comunicação em níveis nacional e internacional e de formar pesquisadores comprometidos com um ensino transformador e de qualidade.

Por fim, cabe registrar o agradecimento do PPGCOM/USP a todas as pessoas envolvidas nas diversas etapas que constituíram o Conexão Pós 2023, como os professores avaliadores externos ao PPGCOM/USP. Agradecemos ao corpo docente e ao corpo de servidores técnico-administrativos que contribuíram para o sucesso do evento, e, em especial, agradecemos às/aos estudantes e às RD — Representantes Discentes do PPGCOM/USP que realizaram o evento com muita dedicação e qualidade.

Boa leitura!



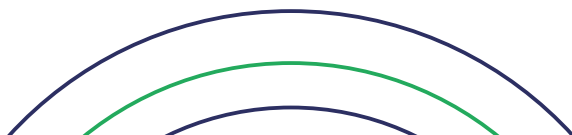
**Conexão Pós: Mobilização, Comunicação  
e Democracia: caminhos para fortalecer o  
futuro [organização]**



O Conexão Pós busca promover, anualmente, um espaço de debate e discussão entre pós-graduandos, conferindo visibilidade às pesquisas desenvolvidas pelos discentes e integrando as perspectivas sobre o trabalho científico em Comunicação, estimulando a identificação de aspectos convergentes entre as produções e contribuindo para o desempenho acadêmico de mestrandos e doutorandos. A atividade consiste na apresentação de trabalhos e no diálogo acerca do processo produtivo das pesquisas científicas em grupos temáticos, além da realização de palestras e painéis, com a participação de docentes, pesquisadores e acadêmicos experientes.

Idealizado em 2017 por pós-graduandos do PPGCOM/USP, nas cinco primeiras edições, o evento se manteve interno, com foco apenas nos alunos do programa. Em 2023, entretanto, o Conexão Pós passou a integrar os discentes de outros programas de pós-graduação em Comunicação do Estado de São Paulo. Junto a isso, com o tema *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia: caminhos para fortalecer o futuro*, buscamos nos unir em torno da luta pela valorização da ciência e da educação brasileira, visando dar luz ao fortalecimento da pós-graduação no campo da Comunicação.

Durante o mandato de setembro de 2022 a setembro de 2023, enquanto representantes discentes, identificamos a necessidade de incentivar e desenvolver a defesa da democracia como sendo a principal estratégia de fortalecimento da educação e da ciência em nosso país, lastreando a formação de pesquisadores cientes, que defendem e reconhecem a centralidade que a Comunicação tem ocupado nos embates de defesa à democracia. Apesar de a temática, em um primeiro momento, parecer esgotada, os atos golpistas em Brasília no início de



2023, já citados no prefácio deste ebook, reafirmam como a luta contra práticas antidemocráticas é contínua e árdua. Mais do que nunca, fomos chamados a participar e nos engajar neste momento histórico, unindo nossas forças para melhorar as condições da Universidade, algo indispensável para a formação das lideranças do nosso país.

Buscando um equilíbrio entre atividades presenciais e remotas, o Conexão Pós 2023 realizou sua abertura no auditório Lupe Cotrim, da Escola de Comunicações e Artes da USP e, nos demais dias de evento, promoveu atividades online. Na mesma medida em que reconhecemos as transformações do contexto pós-pandêmico, também compreendemos a necessidade de resgatar a Universidade como espaço de acolhimento e socialização, nos permitindo aprofundar trocas, afetos e aprendizagens. Assim, nos dias 28, 29 e 30 de março de 2023, fomentamos um ciclo histórico de cooperação entre os alunos do PPGCOM/USP e a participação e união entre os pesquisadores de diversas instituições de ensino superior do Estado. No primeiro dia, tivemos a aula inaugural do programa, do primeiro semestre de 2023, com o professor Bruno Leal (UFMG e representação da área da Comunicação no CNPq) trazendo a palestra *Espessuras temporais do presente em Comunicação: uma aproximação empírica*, ocasião em que tivemos as falas da coordenação e das representantes discentes e a homenagem oficial aos 50 anos do PPGCOM/USP. Em seguida, ocorreu a palestra do professor Ivan Paganotti, da Universidade Metodista de São Paulo, também pesquisador egresso do nosso programa, que discorreu sobre o tema do Conexão Pós, enfatizando a democracia midiática e as representações mobilizadas nos meios de comunicação, em que

tangenciou as temáticas de *fake news* e regulação dos meios de comunicação, especialmente na ambiência digital.

O dia 29 foi reservado para a realização de três painéis — um pela manhã e dois no período da tarde. O primeiro teve como temática *Pesquisa em comunicação: problemas teóricos contemporâneos no campo*, com a participação dos docentes Daniela Oswald (USP), Fabrício Silveira (UFOP) e Marialva Barbosa (UFRJ). No painel seguinte, promovemos um diálogo entre as teses premiadas nas áreas de Comunicação e do Audiovisual, contando com a fala dos pesquisadores Ana Javes Andrade da Luz (UFRGS), Dayane do Carmo Barretos (UFMG) e Thiago Siqueira Venanzoni (USP). E, para finalizar a tarde, tivemos o painel *Metodologias e técnicas para o desenvolvimento de pesquisas e estudos de comunicação no digital*, com as falas dos professores André Lemos (UFBA), Beth Saad (USP) e Marcelo Alves (PUC–Rio).

Por fim, encerramos o Conexão Pós 2023 no dia 30, com a realização dos Grupos de Trabalho (GTs) divididos em: estudos de jornalismo; comunicação organizacional; ética, direitos humanos, diversidades e ideologias; práticas interacionais, linguagens e produção de sentido na comunicação; materialidades digitais e práticas comunicacionais; recepção, circulação e usos sociais das mídias; comunicação, gênero, raça, sexualidades e interseccionalidades; som, imagem e imaginários midiáticos; consumos e processos de comunicação; comunicação e cidadania. Contamos com 100 participantes inscritos, e 63 resumos submetidos e apresentados, previamente avaliados por pareceristas da área. Destes trabalhos, alguns foram selecionados para compor a presente publicação, de acordo com a disponibilidade dos autores em desenvolver artigos completos e com o aval de novos pareceristas, sendo a comissão científi-

ca de professores doutores do PPGCOM/USP, ou professores doutores egressos ligados aos grupos de pesquisa do programa.

Este ebook, portanto, simboliza o resultado de um esforço coletivo, com o apoio de discentes, docentes, egressos e pesquisadores parceiros do nosso programa, para a realização de um evento significativo, proveitoso e marcante. Ao todo, são 20 artigos publicados, divididos de acordo com os três pilares que orientaram a edição de 2023: Comunicação, Democracia e Futuro.

Registramos aqui nossos profundos agradecimentos a todos que colaboraram com a realização do nosso evento e, posteriormente, com a publicação deste ebook. Ambos os feitos só puderam ser alcançados com o suporte de discentes, docentes, palestrantes e pesquisadores, em geral.

Que possamos seguir juntos, construindo laços, pontes e caminhos que fortaleçam o futuro da ciência, da democracia e da educação em nosso país.

Boa leitura!

*Jacqueline Ausier*

*Karla Meira*



# Democracia midiática: representações mobilizadas em meios de comunicação<sup>1</sup>

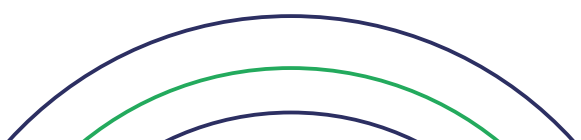


**Resumo:** Este estudo discute a conexão estrutural entre a comunicação e a democracia, avaliando o papel mobilizador dos meios de comunicação. O problema que se pretende responder é: as novas mídias digitais democratizam e quebram monopólios representativos? Para responder a essa pesquisa foi construído um panorama das pesquisas teóricas e conceitos advindos dos campos da política e da justiça, considerando a responsabilidade específica dos pesquisadores nos estudos comunicacionais.

**Palavras-chave:** Mídia. Mobilização. Democracia. Direitos. Representação.

## Introdução

É uma honra — e também uma grande responsabilidade — retornar à ECA-USP, minha *alma mater*, para discutir, na pa-

- 
- 1 Trabalho apresentado no Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e pesquisador do CNPq (bolsista produtividade PQ-2), desenvolve pesquisa com auxílio Fapesp, processo n° 2020/15055-9, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e realiza pós-doutorado no TIDD/PUC-SP, sob supervisão de Pollyana Ferrari. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). E-mail: ivan.paganotti@metodista.br
  - 3 O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). This study was financed in part by the Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).
- 

lestra de abertura, as relações entre mobilização, comunicação e democracia, tema desta edição do *Conexão Pós* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Para essa reflexão, este artigo tem como objetivo discutir a conexão estrutural entre a comunicação e a democracia, avaliando o papel mobilizador dos meios de comunicação. O problema que se pretende responder é: as novas mídias digitais democratizam e quebram monopólios representativos? Para responder essa pesquisa, é construído um panorama das pesquisas teóricas e conceitos advindos dos campos da política e da justiça, considerando a responsabilidade específica dos pesquisadores nos estudos comunicacionais.

## **Comunicação e democracia: paralelismo entre sistema político e midiático**

Para podermos considerar a relação entre comunicação e democracia, é importante retomar a análise de Hallin e Mancini (2004) sobre as relações entre os sistemas políticos e midiáticos de diferentes países. A dupla de autores identificou um paralelismo entre esses sistemas de representação democrática e simbólica, a partir de uma série de critérios sobre o ecossistema midiático (considerando o alcance do mercado de comunicação, influências partidárias nos veículos, diversidade ou concentração e homogeneidade entre os proprietários dos meios de comunicação ou entre as vozes que ocupam esses veículos, o grau de profissionalização da imprensa e extensão da regulação ou intervenção estatal sobre a mídia) e a organização política (considerando a formação histórica do sistema

político nacional, predominância de modelo representacional majoritário ou proporcional, valores políticos pluralistas ou individualistas, funções do Estado e governança com regramento legal-racional) de cada país.

A partir desses critérios, Hallin e Mancini identificaram três modelos de relações entre sistemas políticos e midiáticos nas potências ocidentais: um modelo pluralista polarizado, nas nações mediterrâneas; um modelo corporativista-democrático, no norte e no centro da Europa; e um modelo liberal, no norte do Atlântico, entre EUA e Inglaterra.

É pertinente detalhar o modelo pluralista polarizado, não só por serem nações com as quais o Brasil apresenta heranças de colonização e migração acentuadas, mas também porque, na classificação de Azevedo (2006), nosso país pode ser alinhado também com essa classificação. Nessas nações, o sistema midiático é marcado pelo surgimento tardio da imprensa e jornais comerciais, com circulação restrita, e com cobertura elitista e partidária. A diversidade é limitada, com concentração da propriedade midiática em poucos oligopólios familiares ou multinacionais massivas, e poucas vozes com acesso aos meios tradicionais, com marcado viés conservador e excludente. A televisão apresenta papel hegemônico, e seu controle regional está conectado diretamente com grupos políticos influentes.

Evidentemente, a ascensão de plataformas digitais globais tende a enfraquecer esse controle local e a hegemonia televisiva, distanciando parte do público das grandes telas coletivas para as pequenas telas dos celulares individuais, mas muito do conteúdo que circula nessas plataformas também é produzido pelos produtores audiovisuais tradicionais.

No cenário político, esse modelo prevê uma tradição conservadora e autoritária com redemocratização recente, marcada intervenção econômica do estado contraposta com iniciativas liberalizantes atuais e uma governança burocrático-racional tardia e incompleta.

Nesse paralelo entre comunicação e sistema político, é importante destacar que no processo recente de redemocratização brasileira renegociada nos anos 1980 — e ameaçada nos anos 2020 — a abertura política também foi conseguida com o apoio do sistema político e midiático, em um processo que envolveu desde concessões televisivas para caciques partidários locais (Paganotti, 2021) até uma anistia que procurava ocultar os abusos do regime autoritário anterior.

Na justiça transicional, o Brasil acabou desenvolvendo poucas medidas de responsabilização do regime militar anterior: na gradação de Grodsky (2009), o país só pôde adotar as medidas de restauração simbólicas, como a condenação e interrupção parcial de violações de direitos humanos, recompensas para vítimas e comissões da verdade, sem conseguir atingir medidas retributivas mais drásticas, como expulsão e punição de executores e mandantes dos crimes do regime autoritário. A resistência em punir, na anistia, explica a tolerância com discursos abusivos e discriminatórios ou o questionamento aos preceitos básicos dos direitos humanos no Brasil recente.

A interface problemática entre comunicação e sistema político é particularmente evidente no caso da regulamentação da mídia, visto que é terreno de disputa o controle dos atores políticos sobre os meios de comunicação, que reagem com uma resistência a essas práticas.

Esse é um ponto de divergência da experiência brasileira em relação aos países mediterrâneos da classificação de Hallin e Mancini (2004) e de Azevedo (2006), pois, como já argumentei anteriormente, evitamos uma “regulamentação no atacado”, frequente em nações europeias, restando somente o “varejo das cortes do judiciário” (Paganotti, 2018, p. 56), o que ajuda a entender inclusive a tensão — ou a subserviência — de veículos de comunicação perante as cortes no Brasil. Aliada à baixa transparência e resistência dos meios de comunicação em assumirem seus erros (Paganotti, 2021), muitos conflitos que tradicionalmente encontrariam sua resolução na regulação política ou na resposta comunicativa (McQuail, 2005), acabam sendo canalizados para questionamentos legais no judiciário.

### **Além do mito do 4º poder: mobilização nos meios de comunicação**

Uma das consequências da relação entre o poder político e o poder midiático no Brasil é a interdependência da mídia e do sistema político, em um processo de pressões em ambos os sentidos. De um lado, os meios pressionam os representantes, definindo a agenda do debate público, cobrando a adoção de suas bandeiras, e investigando denúncias caso suas demandas sejam ignoradas pelos interlocutores no centro do poder. Por outro lado, atores políticos procuram ocupar espaços midiáticos no auxílio à sua conquista ou sua manutenção de espaços de poder nas votações democráticas, da mesma forma em que buscam influenciar os mecanismos de controle midiático, com as constantes ameaças de regulação.

Nesse sentido, Albuquerque (2000) argumenta que o poder midiático tradicionalmente é visto como um quarto poder, ao lado dos poderes democráticos do executivo, legislativo e judiciário. Entretanto, segundo o autor, no Brasil a imprensa, em particular, ocupa esse quarto poder ecoando o papel “moderador” (Albuquerque, 2020, p. 26): se no passado esse quarto poder moderador tentou ser reservado pelo arroubo absolutista do imperador no século XIX e, no século XX, foi sistematicamente usurpado pelas forças militares, (auto)convocadas para intervir sobre os conflitos constantes entre os poderes da república, nas décadas recentes a imprensa ocupou essa função de controle entre — e sobre — os outros poderes, uma válvula de escape da pressão política nos cenários de crise, contendo ou eliminando propostas e atores políticos que ameacem o *status quo*. Assim, a força de mobilização da mídia se dá menos como um acelerador da mobilização social e mais como um freio quando as mudanças ameaçam o sistema vigente.

Na análise de Albuquerque (2020), esse quarto poder midiático assume papel moderador no Brasil pois a imprensa encontra-se “potencialmente muito mais sujeita à censura política, formal ou informal” e, com isso, “encontra muito mais incentivos para intervir diretamente na vida política e legal do país, influenciando as instituições a atuarem na direção ‘certa’, do bem comum” (Albuquerque, 2020, p. 26).

É possível expandir e atualizar a análise de Albuquerque para o século XXI, considerando a centralidade das plataformas digitais. Portais noticiosos, ferramentas de pesquisa, redes sociais, aplicativos de mensagens e plataformas audiovisuais de streaming são o novo espaço de disputa política, e tentam se apresentar como esferas mais democráticas, justamente por

romper com as barreiras de propriedade e representatividade da mídia alternativa: qualquer um pode ter um perfil ou um canal — desde que na plataforma controlada por uma gigante multinacional que coleta e processa nossos dados.

Nos espaços digitais, todos os debates são polarizados, em cenário de engajamento constante, como uma “campanha permanente” (Ratier, 2020, p. 54), mobilizado por “conteúdos alarmistas e conspiratórios” (Cesarino, 2019, p. 533): todo dia é dia de disputa eleitoral no espaço digital, e quem arregimenta mais likes/votos acaba recebendo a atenção coletiva, o que nem sempre é um prêmio sem riscos. Como lembra o já velho adágio: “cada dia há um protagonista no Twitter, e o objetivo é nunca ser essa pessoa”<sup>4</sup>.

## **Redes e representações: plataformas digitais e monopólios interpretativos**

Uma das grandes transformações no sistema midiático resultante da emergência das novas plataformas digitais, desde o final do século XX, tem sido a explosão de fontes de informações e perspectivas que antes não encontravam espaços nos cuidadosamente editorializados veículos tradicionais. Essa quebra de “monopólio interpretativo” (Citelli, 2006, p. 174) pode ampliar a pluralidade e diversidade, de forma mais democrática: grupos minoritários, vozes dissonantes, questionamentos incômodos e interesses de nicho passam a encontrar espaço — e uns aos outros, construindo comunidades.

---

4 Tradução do autor. No original em inglês: “*Each day on twitter there is one main character. The goal is to never be it*”. Ver: Adam (2019).

Porém, esses espaços também criam oportunidades para disseminação de conteúdos que eram mantidos fora da mídia massiva por um bom motivo: se antes eram opiniões chocantes e violentas seriam descartados mesmo pelos veículos mais sensacionalistas, a rede se abre para todos, incluindo discursos de ódio, ameaças e desinformação (Braun; Coakley; West, 2019). Paradoxalmente, ao ampliar a diversidade, as redes têm polarizado as posições em extremos irreconciliáveis, erodindo as paisagens midiáticas em que convergiam públicos de posicionamentos plurais (Ribeiro; Ortellado, 2018).

Até mesmo as organizações de mobilização social passam por nova maquiagem pouco confiável ao ganhar escala: grupos que se representam como *grassroots*, redes rizomáticas, horizontais e descentralizadas, acabam cooptadas — quando não são plantadas — por interesses de grandes atores políticos e econômicos, mascarando uma centralização: se os *grassroots* pretendem se apresentar como *raízes de grama*, essas entidades que disfarçam sua centralização passam a ser apelidadas de *astroturf*, popular marca de grama sintética norte-americana.

Essa transformação no modelo de mobilização online traz impactos na organização política. Vemos a ascensão das “redes policêntricas segmentadas e integradas [SPIN]” (Santos; Santos, 2019, p. 52), que conectam diferentes grupos de interesses diversos, mas que apresentam pontos de convergência ou contato. Assim, uma mensagem política não precisa mais ser planejada pelo centro de comunicação de uma campanha: é possível identificar uma mensagem política produzida de forma amadora, viralizando entre pequenos grupos familiares nas periferias ou no interior; uma vez captada por um representante político local ou um comunicador com contatos mais

amplos, essa mensagem pode rapidamente ganhar escala ao ser repassada para lideranças regionais, nacionais ou até mesmo circular em outros países.

Isso dificulta o mecanismo de controle sobre conteúdos ofensivos, falsos, discriminatórios ou ameaçadores, e torna o ambiente digital mais irregular e imprevisível — antes era possível prever os temas no debate público com semanas ou meses de antecedência, considerando a agenda dos projetos políticos no Congresso ou as campanhas eleitorais, mas agora é impossível prever qual será a polêmica da próxima semana, de amanhã, ou mesmo desta noite.

## **Considerações finais: a responsabilidade da pesquisa na comunicação**

Há um elemento particularmente importante no processo de democratização, central ao campo da comunicação, que é de responsabilidade particular de nossa comunidade de pesquisadores. A investigação científica é parte do tripé universitário, que une pesquisa, ensino e extensão.

Nesse sentido, as pesquisas em comunicação precisam estar alinhadas com a prática docente, da mesma forma como devem resultar em benefícios para a sociedade que sustenta as instituições de ensino superior. Não só a comunicação precisa servir à democracia; também a pesquisa precisa ser difundida e atender as demandas da sociedade, sem deixar de lado a descoberta de novos saberes.

Uma das maiores demandas sociais, em nosso campo de saber, é justamente o potencial e risco das novas plataformas digitais (Lessig, 2006), discutidas neste estudo. Há a necessidade

de pesquisar como ampliar seus impactos positivos, alertando e mitigando seus evidentes efeitos colaterais. Ao lado do perigo da exposição da privacidade, da disseminação de conteúdos ofensivos e violentos, da precarização das relações produtivas, da vigilância digital ou da censura privada, um dos focos de preocupação recentes envolve a disseminação de informações falsas em redes digitais (Ribeiro; Ortellado, 2018).

A desinformação é um desafio em plataformas em que as informações e as fontes se multiplicam de forma acelerada. Zuckerman (2017) relembra que parte do apelo pela credibilidade nos conteúdos disponíveis online é resultado da desconfiança em relação aos meios de comunicação tradicionais, fruto de erros que fraturaram a relação desses veículos com o público. Mas pesquisadores e educadores da área de comunicação podem ter exagerado os benefícios desses novos meios no passado, com um discurso de desconfiança sobre os interesses nos meios tradicionais, sugerindo que fontes alternativas podem trazer informações mais confiáveis (Zuckerman, 2017).

Sem dúvida existem excelentes veículos alternativos online, e não podemos ignorar as falhas das mídias tradicionais, mas precisamos explicitar critérios mais claros, que permitam ao público identificar as falhas dos meios digitais — e quando as informações das fontes tradicionais estão corretas, e não podem ser ignoradas (Ross; Rivers, 2018). Sem isso, corremos o risco de “limitar o ecossistema midiático/informacional” (Soares, 2018, p. 19), restringindo nosso consumo de informações e opiniões que se encaixem em nossos vieses.

Esse reforço da pluralidade com qualidade tem sido minha contribuição, junto a colegas da USP e da PUC-SP, desenvolvendo na Universidade Metodista de São Paulo projetos de

pesquisa e extensão de educação midiática para combater a desinformação online. Nosso curso online *Vaza, Falsiane!*<sup>5</sup> procura levar as pesquisas acadêmicas sobre nosso cenário de pós-verdade para o espaço em que proliferam as notícias falsas: as plataformas digitais (Paganotti; Sakamoto; Ratier, 2021). Em linguagem acessível e no formato próprio das redes sociais, os conteúdos do curso procuram difundir educação midiática para que o público possa entender melhor como funcionam os meios de comunicação digitais; assim, podem ser consumidores e produtores mais críticos, com escolhas mais criteriosas, e evitar os enganos tão frequentes nesse espaço.

É um exemplo, entre muitos, que mostram que temos uma responsabilidade, como pesquisadores no campo da comunicação, de levar nossas pesquisas e dialogar com a sociedade. É essa a mobilização que precisamos realizar a partir de nossos projetos e estudos, procurando não só uma comunicação mais democrática, mas também uma pesquisa democratizante.

## Referências

ADAM. **Twitter's main character**. [S. l.]: Know Your Meme, 2019. Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/twitters-main-character>. Acesso em: 30 nov. 2023.

ALBUQUERQUE, A. Um outro “Quarto Poder”: imprensa e compromisso político no Brasil. **Contracampo**, Niterói, n. 4, p. 23–57, 2000. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/download/17299/10937/65082>. Acesso em: 30 nov. 2023.

AZEVEDO, F. A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. **Opinião Pública**, Campinas, v. 12, n. 1, p. 88–113, 2006. DOI: 10.1590/S0104-62762006000100004.

---

5 <https://vazafalsiane.com>

BRAUN, J. A.; COAKLEY, J. D.; WEST, E. Activism, advertising, and far-right media: the case of Sleeping Giants. **Media and Communication**, [S. l.], v. 7, n. 4, p. 68–79, 2019. DOI: 10.17645/mac.v7i4.2280.

CESARINO, L. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 62, n. 3, p. 530–557, 2019. DOI: 10.11606/2179-0892.ra.2019.165232.

CITELLI, A. **Palavras, meios de comunicação e educação**. São Paulo: Cortez, 2006.

GRODSKY, B. Re-ordering justice: towards a new methodological approach to studying transitional justice. **Journal of Peace Research**, [S. l.], v. 46, n. 6, p. 819–837, 2009. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/25654498>. Acesso em: 30 nov. 2023.

HALLIN, D. C.; MANCINI, P. **Comparing media systems: three models of media and politics**. New York: Cambridge University Press, 2004.

LESSIG, L. **Code version 2.0**. New York: Basic Books, 2006. Disponível em: <https://lessig.org/product/codev2>. Acesso em: 30 nov. 2023.

MCQUAIL, D. Publication in a free society: the problem of accountability. **Comunicação e Sociedade**, Braga, v. 7, n. 1, p. 235–252, 2005. Disponível em: <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/comsoc/article/view/1220/1163>. Acesso em: 30 nov. 2023.

PAGANOTTI, I. **Censura, Justiça e regulação da mídia na redemocratização**. Curitiba: Appris, 2021.

PAGANOTTI, I. Redemocratização e reposicionamento de instâncias reguladoras da comunicação: disputas pelo controle da mídia no Brasil. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 40, n. 1, p. 33–58, 2018. DOI: 10.15603/2175-7755/cs.v40n1p33-58.

PAGANOTTI, I.; SAKAMOTO, L. M.; RATIER, R. P. “Vaza, Falsiane!”: iniciativa de letramento midiático contra notícias falsas em redes sociais. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, 2021. DOI: 10.19132/1807-8583202152.94227.

RATIER, R. P. Império opaco: mapeamento da expansão da rede bolsonarista no WhatsApp. **Verbum**, São Paulo, v. 9, n. 2, 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/verbum/article/view/49942>. Acesso em: 30 nov. 2023.

RIBEIRO, M. M.; ORTELLADO, P. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR**, [S. l.], v. 15, n. 27, p. 71–83, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org>. Acesso em: 30 nov. 2023.

ROSS, A. S.; RIVERS, D. J. Discursive deflection: accusation of “Fake News” and the spread of mis- and disinformation in the tweets of President Trump. **Social Media + Society**, [S. l.], v. 4, n. 2, 2018. DOI: 10.1177/2056305118776010.

SANTOS, J. G. B.; SANTOS, K. S. Das bancadas ao WhatsApp: redes de desinformação como arma política. *In*: GALLEGO, E. S. (org.). **Brasil em colapso**. São Paulo: Ed. Unifesp, 2019. p. 52.

SOARES, F. B. As estratégias de argumentação e as formas de desinformação nas mensagens de Jair Bolsonaro no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 22, n. 30, 2020. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/7424>. Acesso em: 30 nov. 2023.

ZUCKERMAN, E. **Fake news is a red herring**. [S. l.]: Deutsche Welle, 25 jan. 2017. Disponível em: <https://www.dw.com/en/fake-news-is-a-red-herring/a-37269377>. Acesso em: 30 nov. 2023.



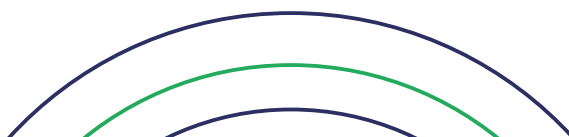
## Programação geral do evento



# Conexão Pós 2023 - Mobilização, Comunicação e Democracia: caminhos para fortalecer o futuro

Organização: Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação PPGCOM - ECA/USP

Programação Geral	
28/03 (Terça-feira) - Presencial	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>11h - Aula Inaugural do Programa</b> Mobilização, Comunicação e democracia: caminhos para fortalecer o futuro. Prof. Dr. Ivan Paganotti (UMESP / USP)</li><li>• <b>14h - Abertura com representantes da Pós-graduação</b></li><li>• <b>14h30 - Homenagem aos 50 anos do PPGCOM</b></li><li>• <b>15h - Palestra de abertura - Mobilização, Comunicação e Democracia: caminhos para o futuro</b></li><li>• <b>16h30 - Encerramento e Coffee break</b></li></ul>
29/03 (Quarta-feira) - Online	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>10h – Painel 1– Pesquisa em Comunicação: problemas teóricos contemporâneos no campo.</b><ul style="list-style-type: none"><li>– Daniela Osvald Ramos (Universidade de São Paulo/USP)</li><li>– Fabricio Silveira (Universidade Federal de Ouro Preto/UFOP)</li><li>– Marialva Barbosa (Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ)</li><li>– Discentes mediadores: Márcia Ohlson e Carla Tôzo</li></ul></li><li>• <b>11h45 – 14h – Intervalo</b></li><li>• <b>14h – 15h45 – Painel 2 – Diálogos entre teses premiadas nos campos da Comunicação e do Audiovisual</b><ul style="list-style-type: none"><li>– Ana Javes Andrade da Luz (Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRGS)</li><li>– Dayane do Carmo Barretos (Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG)</li><li>– Thiago Siqueira Venanzoni (Universidade de São Paulo/USP)</li><li>– Discentes mediadores: Cíntia Gomes e Claudinei Lopes Junior</li></ul></li></ul>



Programação Geral	
<p>29/03 (Quarta-feira) - Online</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15h45 – 16h – Intervalo</li> <li>• 16h – 17h45 – Painel 3 – Metodologias e Técnicas para o desenvolvimento de pesquisas e estudos de comunicação no digital.               <ul style="list-style-type: none"> <li>– André Lemos (Universidade Federal da Bahia/UFBA)</li> <li>– Elizabeth Saad (Universidade de São Paulo/USP)</li> <li>– Marcelo Alves (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro/PUC-Rio)</li> <li>– Discentes mediadores: Jacqueline Ausier e Karla Meira.</li> </ul> </li> <li>• Painéis temáticos, de maneira remota.                Para ter acesso ao debate, basta acessar o canal da ECA no YouTube, no horário de cada painel, por meio do seguinte link: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Bd93_TZ-P9M">https://www.youtube.com/watch?v=Bd93_TZ-P9M</a></li> </ul>
<p>30/03 (Quinta-feira) - Online</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9h - 12h - Apresentação dos trabalhos dos alunos nos respectivos GTs</li> <li>• 12h - 14h - Intervalo</li> <li>• 14h - 17h - Apresentação dos trabalhos dos alunos nos respectivos GTs   <a href="https://www.sympla.com.br/evento/conexao-pos-2023-mobilizacao-comunicacao-e-democracia-caminhos-para-fortalecer-o-futuro/1819467">https://www.sympla.com.br/evento/conexao-pos-2023-mobilizacao-comunicacao-e-democracia-caminhos-para-fortalecer-o-futuro/1819467</a></li> </ul>

# EIXO COMUNICAÇÃO

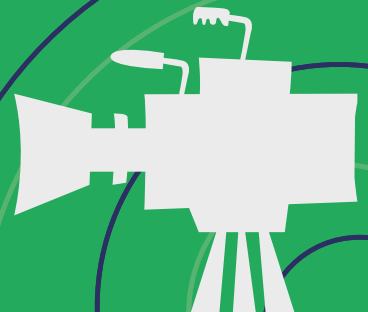
Comunicação e produção de sentidos:  
aspectos teóricos e empíricos





## CAPÍTULO 1

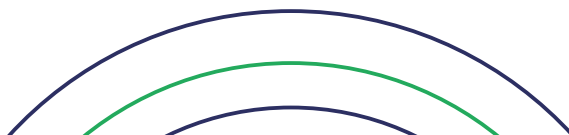
# A experiência com fotolivros no contexto imagético contemporâneo<sup>1</sup>



**Resumo:** A partir da virada do milênio, pesquisadores observam a crescente difusão de imagens em telas, e, ao mesmo tempo, o aumento de interesse por fotolivros. A fim de compreender como essas publicações são experienciadas nos dias de hoje, neste texto, descreve-se o cenário imagético atual e reflete-se sobre a presença e a potencialidade dos fotolivros. Com base nessa reflexão, considera-se que essas publicações representam tanto resistência quanto reforço ao contexto contemporâneo.

**Palavras-chave:** Fotografia. Fotolivros. Experiência estética. Imagem técnica. Imagem complexa.

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA-USP), sob orientação do Prof. Dr. Wagner Souza e Silva. A pesquisa está vinculada à Linha de Pesquisa 2 – Processos comunicacionais: tecnologias, produção e consumos. E-mail: carolinaforleo@usp.br.
  - 3 O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance code 001.



## Introdução

A aproximação entre fotografia e livro existe desde o surgimento da técnica fotográfica no século XIX. Nessa relação, o que se destaca como algo recente é a difusão do termo *photobook* (em português, *fotolivro*) impulsionada pelo lançamento de *The Photobook: a History*. Nessa obra, Parr e Badger (2004) apresentam um levantamento de livros produzidos ao longo da história da fotografia identificados como fotolivros. A partir da repercussão dessa publicação no meio fotográfico, o termo ganhou notoriedade e estimulou o interesse de teóricos, críticos e colecionadores (Mazzilli, 2020).

Esse termo tem sido utilizado para descrever um tipo específico de publicações que não corresponde a um agrupamento simples de imagens, mas a um conjunto de fotografias com um assunto delimitado. Nos fotolivros, o mais importante é o potencial coletivo dos elementos e não suas qualidades individuais (Parr; Badger, 2004). Além disso, considera-se o fotolivro como “um trabalho fotográfico uno, coeso, pensado e articulado a partir das especificidades do suporte ‘livro’ — o que envolve seu caráter sequencial e material [...]” (Mazzilli, 2020, p. 96).

De acordo com pesquisadores como Di Bello e Zamir (2012) e Parr e Badger (2014), a ascensão dessas publicações impressas coincide com a difusão da internet e com o processo de desmaterialização da fotografia, que passa a existir em telas. A partir da virada do milênio, a centralidade das imagens em telas foi impulsionada pelo que Fontcuberta (2016, p. 31, tradução própria) descreve como segunda revolução digital, em que “todas as facetas da vida, das relações pessoais à economia,

da comunicação à política, foram completamente abaladas: o mundo tornou-se um espaço governado pela instantaneidade, globalização e desmaterialização”. Diante desse cenário, alguns pesquisadores consideram o fotolivro como uma contrapartida, pois a leitura requer contato físico, tempo e atenção (Di Bello; Zamir, 2012; Parr; Badger, 2014; Feldhues, 2017; Mazzilli, 2020).

Diante disso, mostra-se relevante analisar como os fotolivros são experienciados na atualidade. Para isso, é importante levar em conta que “toda experiência é resultado da interação entre uma criatura viva e algum aspecto do mundo em que ela vive” (Dewey, 2010, p. 122). Posto de outro modo, uma experiência pressupõe uma interação contínua que se estabelece entre o sujeito e o meio em que está inserido. Para compreender uma experiência, é preciso, portanto, considerar não apenas os indivíduos e os objetos, mas também o contexto em que ela se desenvolve. Sendo assim, neste texto, apresenta-se uma descrição sobre o contexto imagético atual e reflete-se sobre a presença e a potencialidade dos fotolivros neste cenário.

## **O universo das imagens técnicas**

As imagens amplamente presentes em nosso cotidiano podem ser compreendidas como imagens técnicas. De acordo com Vilém Flusser (1985, p. 13), “imagens técnicas são produzidas por aparelhos”. Na obra *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*, o pensador discute o funcionamento desses artefatos a partir da fotografia, a primeira imagem técnica a ser inventada. Por ser considerado relativamente simples e transparente, o aparelho fotográfico serve como modelo para abordar o principal aspecto que

caracteriza todos os aparelhos, isto é, estar programado (Flusser, 1985).

Segundo o autor, as imagens captadas “estão, de alguma forma, inscritas previamente (‘programadas’, ‘pré-escritas’) por aqueles que o produziram” (Flusser, 1985, p. 15). Isto quer dizer que quem fotografa só pode produzir imagens de acordo com as possibilidades limitadas e programadas no aparelho e, assim, tentar esgotar o programa. No entanto, a totalidade de combinações e de processamentos possíveis e preestabelecidos é desconhecida. Por essa razão, Flusser (1985) associa o aparelho, no caso, a câmera, à caixa preta.

[...] o fotógrafo domina o input e o output da caixa: sabe com que alimentá-la e como fazer para que ela cuspa fotografias. Domina o aparelho, sem, no entanto, saber o que se passa no interior da caixa. Pelo domínio do input e do output, o fotógrafo domina o aparelho, mas pela ignorância dos processos no interior da caixa, é por ele dominado (Flusser, 1985, p. 15).

Essa discussão é retomada na publicação *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*, em que Flusser (2008) busca atualizar e refinar seus argumentos sobre o funcionamento dos aparelhos e programas envolvidos na produção de imagens técnicas. O contexto analisado não se restringe apenas ao âmbito da fotografia. Assim, os sujeitos que produzem imagens deixam de ser identificados como fotógrafos e passam a ser descritos como imaginadores ou jogadores. Nessa publicação, o filósofo afirma também que a prática não depende do entendimento sobre os processos que ocorrem no interior dos aparelhos ou caixas pretas.

Outro aspecto abordado refere-se à diferenciação entre imagens técnicas e imagens tradicionais. Nas palavras de Flusser (2008, p. 15), “as imagens tradicionais são superfícies abstraídas de volumes, enquanto as imagens técnicas são superfícies construídas com pontos”. Isso quer dizer que a produção das imagens técnicas se distingue por ter origem em unidades — um ponto, um pixel — que são, então, reagrupadas, virtualmente concretizadas e tornadas visíveis. Além disso, como essas imagens não têm dimensão palpável, Flusser (2008, p. 19) afirma que vivemos o surgimento de um universo zero dimensional: “não mais vivenciamos, conhecemos e valorizamos o mundo graças a linhas escritas, mas agora graças a superfícies imaginadas”.

Ao refletir sobre a prática e a experiência da fotografia no contexto contemporâneo, Wagner Souza e Silva (2012) afirma que a tela pode ser compreendida como uma manifestação concreta dessa noção de superficialidade proposta por Flusser. Em sua discussão, Souza e Silva (2012) descreve que até pouco tempo atrás, as telas se associavam à visualização, na televisão ou em salas de cinema, de um produto finalizado. Contudo, na atualidade, as telas permeiam todo o processo, desde antes da captura, devido ao visor da câmera ou do *smartphone*, até a circulação. Em uma mesma tela, coexistem e movimentam-se fotografias, filmes e vídeos produzidos por diferentes tipos de aparelhos. A tela revela-se um espaço de convergência dessas imagens (Souza; Silva, 2012).

Ao considerar o contexto digital contemporâneo, o sucesso dos fotolivros pode parecer incoerente. No entanto, alguns aspectos atuais favorecem e estimulam o desenvolvimento dessas publicações. Nesse sentido, Di Bello e Zamir (2012, p.

11, tradução própria) afirmam que os aparatos tecnológicos que prometiam desmaterializar o livro são os mesmos que “revitalizaram a produção e a disseminação de fotolivros em papel”. Isso acontece porque certos avanços técnicos e tecnológicos possibilitam que a produção de fotolivros seja mais acessível e fácil — embora não mais barata. Em particular, destaca-se a contribuição de *softwares* de design gráfico e diagramação e da disseminação de técnicas de impressão digital e sob demanda (Mazzilli, 2021; Parr; Badger, 2014). Assim, explicita-se que, antes de se materializarem de forma impressa, as fotografias de um fotolivro são imagens técnicas que também existem e circulam em telas.

Desse modo, evidencia-se a mudança provocada pelas imagens técnicas e telas na visualidade e na produção de imagens e, também, na elaboração de publicações impressas. Estabeleceu-se uma ordem visual distinta, fundamentada na imaterialidade, na superficialidade e na transmissibilidade e disponibilidade de imagens (Flusser, 2008; Fontcuberta, 2016). A fim de complementar essa discussão sobre as alterações no modo de ver e produzir imagens, destaca-se o pensamento de Debray (1994).

## **A trajetória das imagens da era dos ídolos à era visual**

No livro *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente*, o filósofo francês Régis Debray (1994) apresenta a trajetória das imagens a partir de três grandes eras: a primeira, a era dos ídolos, compreende o período entre o surgimento da escrita e a invenção da imprensa; a segunda, a era da arte,

segue da imprensa até a consolidação da TV em cores, no final dos anos 1960; a terceira, a era do visual, inicia-se com a TV em cores e segue até o momento atual. Diferentemente de Flusser, Debray (1994) considera a invenção da fotografia como uma introdução a um longo período de transição que se efetiva apenas com a difusão da TV em cores. A partir disso, sugere-se que o *smartphone* e as redes sociais marcam o início de uma nova transição que ainda não se consolidou. Portanto, considera-se que ainda vivemos na era do visual.

Nas idades do olhar propostas por Debray (1994), as eras não se excluem; há um encadeamento, uma sobreposição entre elas. Contudo, cada era descreve um contexto distinto, definido por “um meio de vida e de pensamento, com estreitas conexões internas, um ecossistema da visão e, portanto, um certo horizonte de expectativa do olhar” (Debray, 1994, p. 206). Ao longo da obra, o autor compara e contrasta algumas características de cada era. Quanto ao ideal temporal, Debray (1994) observa que na era do ídolo o tempo é imóvel e a ênfase é a eternidade, enquanto na era da arte, o tempo é lento, mas já revela movimentações. A era do visual, por sua vez, é marcada pelo ritmo constante, pela rapidez. Além disso, o autor descreve que anteriormente, na era da arte, o indivíduo posicionava-se diante da imagem para olhá-la e deleitar-se. Hoje, na idade do audiovisual, as imagens existem enquanto fluxo e circulam para serem visualizadas rapidamente.

Ao relacionar essas idades do olhar com os fotolivros, Mazzilli (2021) situa-os, justamente, entre a era da arte e a do visual. O momento de transição entre essas eras coincide com o período em que essas publicações começaram a se fortalecer, nos anos 1960 e 1970. Desse modo, considera-se que ambas

as idades influenciam o fenômeno dos fotolivros. Contudo, Mazzilli (2021) destaca a forte ligação dessas publicações com a era da arte, uma vez que os fotolivros são objetos físicos, que se relacionam à apreciação contemplativa e ao deleite e afirmam a individualidade dos autores.

Outro ponto de associação entre os fotolivros e a perspectiva de Debray (1994) revela-se na reflexão sobre a reorganização das artes visuais a partir da fotografia, do cinema e da televisão. Segundo o autor, “venera-se o que se perde. É, em geral, quando seu impacto declina que um domínio de imagens é presenteado com um museu [...]” (Debray, 1994, p. 290). Nessa linha, Flusser (2008) destaca situações em que se renuncia algo que, anteriormente, era considerado interessante. Antes da inversão, há pessoas que se interessam pelo novo, assim como após a transição há quem ainda se interesse pelo campo desconsiderado.

Ao observar o universo das imagens técnicas, Flusser (2008, p. 137) afirma que “damos as costas ao mundo objetivo (dos volumes, das superfícies abstraídas dos corpos, das linhas e processos). Concentramos o nosso interesse nos terminais em que calculamos os pontos, computando que sobraram depois da composição das linhas”. Desse modo, compreende-se que o interesse atual recai sobre as superfícies, isto é, sobre as imagens técnicas em telas. Diante das considerações de Debray (1994) e Flusser (2008), sugere-se que o destaque recebido pelos fotolivros pode ser compreendido como uma resistência ao contexto digital, à difusão de imagens em telas e à instantaneidade. Trata-se de uma admiração por algo que está se perdendo: a materialização de fotografias em páginas impressas e o tempo prolongado do olhar.

Esse posicionamento é expresso por Parr e Badger (2014, p. 04, tradução própria) ao descreverem que o atual cenário parece reforçar a difusão dessas publicações: “é como se a distribuição digital de tantas fotografias tivesse feito as pessoas apreciarem mais a página impressa real”. Nessa linha, observam-se também as reflexões de Mazzilli (2020) e Feldhues (2017), que defendem o envolvimento com essas publicações como uma possibilidade de fruição e de vivenciar o tempo de maneira menos célere:

[...] Os fotolivros nos chamam a desacelerar. Se não temos como evitar o excesso de imagens a que somos submetidos diariamente, talvez possamos reeducar nosso olhar. Os fotolivros nos devolvem ao mundo das coisas concretas, a olhar e tocar as coisas com calma, a se permitir um tempo de contemplação das imagens (Feldhues, 2017, p. 116).

[...] levantar a bandeira dos fotolivros também pode ser visto como um ato de resistência à efemeridade e à inconstância das imagens — ou, de modo ampliado, da vida — perpetuadas pela vida digital, em rede. Insistir no fotolivro é insistir em um objeto concreto, particular, pleno de materialidade, numa era de pura imaterialidade, instabilidade e insegurança (Mazzilli, 2020, p. 106).

Essas considerações reforçam o papel dos fotolivros como uma resistência ou uma contrapartida ao ambiente digital. No entanto, é preciso ponderar se existem aspectos típicos da contemporaneidade que contribuem para o

desenvolvimento desse fenômeno. Nesse sentido, a partir da perspectiva de Debray (1994), é possível relacionar o processo de construção de fotolivros ao ideal e à norma de trabalho da era do visual. De acordo com o teórico francês, no período atual, as atividades deixam de ser orientadas para a criação de uma obra, segundo um modelo proveniente da Antiguidade, e passam a ser direcionadas para a produção de um acontecimento, a partir das próprias concepções de quem o produz. Nesse contexto, há espaço para a experimentação e espera-se do artista a iniciativa e o trabalho de difusão, enquanto na era anterior, o trabalho artístico associava-se à criação e à ideia de inspiração (Debray, 1994).

Essa lógica de trabalho contemporânea revela-se na elaboração de fotolivros. Conforme evidenciado por Feldhues (2017), trata-se de um processo de produção e não de criação. Além disso, não existe padrão, formato ou modelo que deve ser seguido. Cada fotolivro segue uma construção particular que depende do tema abordado, de quem o produz e das relações colaborativas estabelecidas ao longo do tempo. O fotolivro é descrito como acontecimento: essas publicações “estão sempre acontecendo. Os fotolivros são suas narrativas, estão vivos, são um emaranhado de relações em processamento” (Feldhues, 2017, p. 200).

Essas colocações indicam que o interesse por essas publicações não reside apenas em seu vínculo com o que veio antes, isto é, com aspectos fundamentais da era da arte. É possível que o destaque recebido pelos fotolivros esteja fundamentado também em características próprias dessas publicações que são capazes de associá-las ao contexto contemporâneo. Para ampliar essa reflexão, abordam-se as concepções de cultura

visual e de imagem complexa a partir da perspectiva de Josep M. Català Domènech (2005).

## **A cultura visual e a complexidade das imagens**

Em sua extensa reflexão sobre as imagens na contemporaneidade, apresentada na obra *La imagen compleja: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*, Català (2005) observa que nas sociedades ocidentais, vivemos uma época marcada pela cultura visual, caracterizada pelo múltiplo, pelas relações entre imagens, pela ideia de rede. Isso quer dizer que, atualmente, é menos provável que a percepção das imagens ocorra de maneira individual ou isolada, pois estamos habituados a apresentá-las “conjuntamente, ainda que pertençam a territórios diversos, organizando constelações visuais” (Buitoni, 2012, p. 74). Nessa linha, Fontcuberta (2016) menciona que a contemporaneidade favorece a utilização de compilações, coleções e séries em trabalhos artísticos. Frequentemente, a concretização dessas práticas desenvolve-se a partir do formato de fotolivros, além de intervenções em rede, instalações, e outras possibilidades.

Ao refletir sobre a percepção de imagens em publicações impressas, Català (2005, p. 44, tradução própria) sugere que as fotografias ainda aparecem de modo individual e separado: “nos livros, as imagens ocupam espaços distintos e exclusivos, mesmo que apareçam na mesma página”. Ao mencionar os livros ilustrados, o posicionamento de Català (2005) torna-se mais evidente. Segundo o pesquisador, estamos habituados a abordar essas publicações de duas maneiras: “ou bem desfrutamos a visualidade das imagens ou bem trabalhamos

com os rigores conceituais da leitura” (Català, 2005, p. 38, tradução própria). No entanto, o autor defende a necessidade de adotarmos uma abordagem distinta que combine e unifique a reflexão.

A partir disso, sugere-se a experiência com os fotolivros como uma possibilidade para essa reflexão que complementa a visualidade e a leitura. Em particular, destaca-se o vínculo entre essas publicações e a cultura visual a partir da valorização do conjunto, do múltiplo e da pluralidade de imagens. Essa questão é evidenciada por Parr e Badger (2004) ao apresentar o termo fotolivro e salientar que o potencial dessas publicações se manifesta no conjunto de fotografias e principalmente nas relações imagéticas estabelecidas. Nessas publicações, as imagens não estão isoladas. Há uma edição e uma sequencialidade de fotografias que estruturam um fotolivro e, sobretudo, influenciam a construção de sentido da obra (Di Bello; Zamir, 2012; Mazzilli, 2020; Feldhues, 2017).

Na visão de Català (2005), a realidade contemporânea e, conseqüentemente, as culturas visuais só podem ser abordadas a partir da ideia de complexidade. Esse posicionamento diverge da perspectiva de Debray (1994) que teme a possibilidade de supressão da nuance e da complexidade diante da língua binária, isto é, das combinações de zero e um, que se estabelecem com o ambiente digital. A partir do pensamento de Edgar Morin, Català (2005, p. 34, tradução própria) evidencia que “a complexidade não se nutre de oposições, mas de hibridações. Não busca a síntese ou o compromisso, mas a riqueza da confrontação”. Trata-se de considerar a parte e o todo como um sistema complexo e integrado. Os fotolivros alinham-se a essa perspectiva, pois,

conforme mencionado, a sua essência revela-se na soma das partes (Parr; Badger, 2004).

Essa complexidade é expressa também nas qualidades adquiridas pela imagem na contemporaneidade, descrita por Català (2005) como imagem complexa. De acordo com o autor, em contraste à imagem tradicional, vinculada à ciência e à objetividade, a imagem complexa é considerada opaca, expositiva, reflexiva e interativa. É uma imagem que resulta de uma construção visual, que tem a realidade como ponto de referência, mas não pretende ser uma cópia. Trata-se de uma imagem que solicita decifração, envolve diferentes camadas de compreensão e permite ações e interações por parte de quem a observa. A imagem complexa é atravessada por influências da arte, da subjetividade e das emoções (Català, 2005; Buitoni, 2012).

Com base nessas colocações, sugere-se uma aproximação entre as fotografias que costumam aparecer em fotolivros e a noção de imagem complexa. Os fotolivros são produzidos como uma expressão criativa (Feldhues, 2017), que é atravessada pela subjetividade e pelas emoções do autor. Além disso, as imagens que compõem um fotolivro não se caracterizam como ilustrações de algo, mas como uma construção, uma elaboração visual. A complexidade das imagens características da cultura visual manifesta-se nos fotolivros enquanto concepção — seja na produção das imagens, seja na edição e no desenvolvimento da publicação —, mas também enquanto percepção. Os sentidos e significados dos fotolivros não são explícitos ou diretos, mas são construídos de modo subjetivo e decifrados a partir de diferentes camadas.

A modalidade visual complexa, descrita por Català (2005), relaciona-se a um modo de interrogar, examinar, questionar

as imagens. Nesse sentido, o autor defende que “precisamos aprender a pensar diferente de como temos feito e o pensamento complexo contribui para essa possibilidade” (Català, 2005, p. 23, tradução própria). Diante disso, o pesquisador defende um caminho no qual “seja possível obter conhecimento por meio das imagens, mas também refletir visualmente sobre esse saber” (Català, 2005, p. 22, tradução própria). Assim, depreende-se a essência da mirada complexa: estar diante da imagem não apenas para olhar passivamente, mas para pensar, desenvolver um pensamento e refletir sobre e a partir dela.

A partir dessas considerações, sugere-se ainda que os fotolivros propiciam esse pensar com imagens. Primeiramente, destaca-se o potencial dessas publicações para construir e veicular pensamentos visuais sofisticados. Em outras palavras, os fotolivros são capazes de materializar o pensamento visual dos autores:

Há fotos por toda a parte, e a maioria delas são como calorias vazias. [...] Mas se você sequenciar várias delas, em um livro, digamos, ou em uma exposição, você vê não apenas como algo se parece, mas como alguém se parece. Uma sequência de fotografias testemunha o pensamento visual de um fotógrafo, uma forma de ver revelado através de escolhas de cor, sujeito, escala e perspectiva (Cole, 2020, online, tradução própria).

Destaca-se também a possibilidade de os fotolivros estimularem os observadores a pensar, refletir e interrogar as imagens, isto é, a desenvolverem uma mirada complexa (Català, 2005). Nesse sentido, Feldhues (2017, p. 103) destaca que, ao

folhear um fotolivro, o leitor pode seguir ou não a sequência apresentada, “sendo afetado ou não pelo que vê, relacionando uma coisa ou outra a sua própria vida, ocupando as lacunas das imagens e os intervalos entre as imagens com sua imaginação”.

## Considerações finais

Com base na reflexão apresentada, evidencia-se a complexidade que caracteriza a relação dos fotolivros com o cenário imagético contemporâneo. Nesse sentido, pode-se dizer que se trata de um fenômeno ambíguo. Por um lado, o interesse por essas publicações fotográficas parece se vincular à valorização de características herdadas da era da arte, como materialidade, contemplação e autoria. Por outro lado, observa-se afinidade com aspectos da ordem visual contemporânea, por exemplo, a produção a partir de concepções particulares, a pluralidade e serialização de imagens. Diante disso, essas publicações revelam uma essência complexa, marcada por hibridações e convergências. Os fotolivros representam, ao mesmo tempo, resistência e reforço ao cenário imagético atual. Resistência à imaterialidade e à efemeridade, reforço à complexidade e ao pensamento com imagens.

## Referências

BUITONI, D. S. Imagens contemporâneas: complexidades e interfaces. *Líbero*, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 71–80, jun. 2012. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/301>.

CATALÀ, J. M. **La imagen compleja**: la fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.

DEBRAY, R. **Vida e morte da imagem**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DEWEY, J. **Arte como experiência**. Tradução de Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DI BELLO, P.; ZAMIR, S. Introduction. *In*: DI BELLO, P.; WILSON, C.; ZAMIR, S. (ed.). **The photobook**: from Talbot to Ruscha and beyond. London: I.B. Tauris, 2012. p. 1–16.

FELDHUES, M. **Conhecer fotolivros**: (in) definições, histórias e processos de produção. 2017. 212 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma filosofia da fotografia. São Paulo: Hucitec, 1985.

FLUSSER, V. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

FONTCUBERTA, J. **La furia de las imágenes**: notas sobre la postfotografía. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2016.

MAZZILLI, B. **O fotolivro como espaço de complexidade e potência para a fotografia documental**. 2020. 172 f. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

MAZZILLI, B. S. Pensamentos em torno do fotolivro: produção de sentidos, diálogo e sensibilidade no ambiente imagético contemporâneo. *In*: SOUZA E SILVA, W. (org.). **Tecnoimagética**: vida esparramada em superfícies. São Paulo: ECA-USP, 2021. p. 114–129.

PARR, M.; BADGER, G. **The photobook**: a history. London: Phaidon Press, 2004. v. 1.

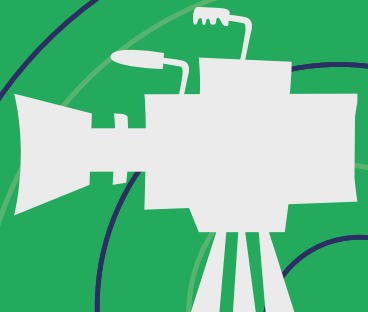
PARR, M.; BADGER, G. **The photobook**: a history. London: Phaidon Press, 2014. v. 3.

SOUZA E SILVA, W. A tela como ambiência e experiência da fotografia. **Revista ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 113–123, 2012.



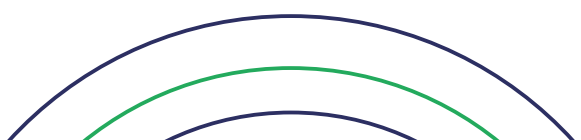
## CAPÍTULO 2

# As diferentes escolas no discurso narrativo ficcional<sup>1</sup>



**Resumo:** O presente trabalho visa apresentar categorização de análise a partir do pensamento de Paulo Freire aplicadas nas narrativas ficcionais seriadas produzidas pela Globo *Anos Dourados* (1986), *Anos Rebeldes* (1992), *Malhação – Viva a Diferença* (2017) e *Segunda Chamada* (2019 e 2021) sobre educação e escola pública estudadas sob o viés da Análise do Discurso francesa. Além de contribuir para maior caracterização dos elementos comuns presentes nas narrativas, esse estudo auxiliou na elaboração de quadro comparativo da construção desses mesmos elementos.

**Palavras-chave:** Análise do discurso. Ficção audiovisual. Educação. Escola. Universo discursivo.

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação da Escola de Artes e Comunicação, na linha de pesquisa Comunicação, Redes e Linguagens: objetos teóricos e empíricos, sob orientação da professora Dra. Maria Cristina Palma Mungiolli, e pesquisadora membro do Grupo de Pesquisa Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação – GELIDIS. E-mail gabrielatorres@usp.br.
  - 3 O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance code 001.
- 

## Introdução

Com a finalidade de estudarmos como educação e as escolas públicas são abordadas pelas narrativas ficcionais seriadas, foram escolhidas como objeto empírico quatro séries produzidas e veiculadas pela Globo ao longo das últimas três décadas: *Anos Dourados* (1986), *Anos Rebeldes* (1992), a temporada *Viva a Diferença de Malhação* (2017) e *Segunda Chamada* (2019 e 2021), as quais tratam da educação e da escola pública em suas estruturas narrativas. O presente artigo se debruça especificamente sobre a proposta de construção de uma espécie de quadro comparativo dos principais elementos comuns presentes nas quatro séries estudadas com a finalidade de confrontar, por meio de categorias da própria educação aplicadas à Análise do Discurso, as construções dos elementos dentro de cada universo narrativo ficcional. Para tanto, foi proposta a criação de categorias de análise à luz do campo da Educação, mais precisamente a partir das contribuições deixadas por Paulo Freire, um dos maiores pensadores da Educação no Brasil e no mundo, cujo pensamento desde a década de 1960 norteia teorias educacionais no país e no mundo. Suas obras, referências fundantes de seu pensamento, *Pedagogia do Oprimido* (primeira edição publicada em 1968) e *Extensão ou Comunicação?* (primeira edição datada de 1969) constituem-se nas principais referências desta investigação.

A partir da dinâmica das comunidades discursivas das narrativas seriadas estudadas, foram geradas as seguintes categorias para análise: Escola(s), Discente(s), Docente(s), Funcionária(os), Direção da Escola e Direção Pedagógica.

Optamos por analisar essas categorias em relações umas com as outras, haja vista a dinâmica inter-relacional entre elementos/sujeitos. Essa compreensão de observação do fenômeno comunicacional coaduna com o pensamento freiriano que aponta para a necessidade de percepção do *Ser* em relação, em relação com os outros seres, e o *Ser* em relação com o mundo, ou seja, com seu entorno, seu contexto sócio-histórico. A seguir apresentamos conceitos fundantes do pensamento freiriano que servem de base para a constituição de categorias aplicadas à análise do texto.

## **Categorias freirianas**

*Opressor / Oprimido*: esse conceito é central no pensamento freiriano e constitui-se na percepção de relação social dicotômica, como o próprio nome indica, de opressão, autoritarismo e alienação de um sujeito (o Opressor) para com outro (o Oprimido). Essa relação deve ser compreendida de forma dinâmica uma vez que o Oprimido, como ser duplo, hospeda também o Opressor dentro de si e, apesar do seu caráter ontológico, social e histórico, inclusive por isso mesmo, reverbera em instituições como a escola.

A superação desse modelo dá-se a partir da conscientização do Oprimido que, ao renunciar a este modelo, também liberta o seu polo antagônico: o Opressor. Estabelece-se, só então, a possibilidade da verdadeira vocação do ser que só se faz possível, de acordo com Freire, a partir de relações de solidariedade e de comunhão entre os homens. Essa categoria contribui para compreensão da complexidade de modelos operativos sociais, assim como de modelos intrínsecos à escola.

*Educação bancária*: implica em prática educativa baseada no depósito de informação por meio de processo de dissertação/narração. Este processo se estabelece a partir da compressão de uma realidade estática, cabendo, portanto, ao professor, sujeito da ação, depositar os conteúdos já estabelecidos na mente *vazia* dos alunos.

Na visão “bancária” da educação, o “saber” é uma doação dos que se julgam sábios aos que julga nada saber. Doação que se funda numa das manifestações instrumentais da ideologia da opressão – a absolutização da ignorância, que constitui o que chamamos de alienação da ignorância, segundo a qual esta se encontra sempre no outro (Freire, 2005, p. 67).

Neste modelo, como dito por Freire, reproduzidor dos sistemas opressivos da sociedade e fortalecedor do *status quo*, a educação é compreendida como transmissão de conhecimentos que se realiza a partir de um polo gerador (professor) ao polo receptor (aluno). A educação bancária, portanto, traz como perspectiva a adaptação dos educandos ao meio, mesmo os marginalizados são levados a integrar-se à estrutura que os oprime.

*Educação dialógica*: o conceito de educação dialógica parte do diálogo, da troca, e da perspectiva de mudança do mundo pelo *ser* humano. Esta compreensão constitui-se na pedra de toque da teoria freiriana de educação uma vez que a partir desse pressuposto ocorre uma ruptura essencial: a superação da posição de *coisa*, como na educação bancária. O sujeito é um ser humano capaz, não apenas de compreender o mundo, mas também de modificá-lo. O conhecimento, então, rompe com o caráter estático e adquire grandeza histórica e contingente.

*Diálogo e dialogicidade*: pelo fato de o diálogo se fundar na prática social, Freire reconhece a possibilidade do verdadeiro diálogo, no qual faz-se necessário o engajamento dos participantes e o comprometimento destes com o mundo. “O diálogo é este encontro dos homens, mediatizados pelo mundo, para pronunciá-lo, não se esgota, portanto, na relação eu-tu” (Freire, 2005, p. 91). A prática escolar estabelecida no processo bancário se realiza a partir do monólogo, já o processo de educação libertadora tem como perspectiva a superação dos modelos opressivos da educação, isto é, o reconhecimento do outro como portador de saberes legítimos. Logo o *outro polo*, o educando, deve participar ativamente do processo educativo<sup>4</sup>.

A seguir aplicamos essas categorias ao objeto empírico, as séries ficcionais, com o intuito de aprofundarmos a Análise do Discurso e tecermos um cenário comparativo entre as diferentes narrativas que em comum tratam do universo escolar em seus universos discursivos.

## **À luz de Paulo Freire** *Anos Dourados (1986)*

A série *Anos Dourados*, exibida em 20 episódios em 1986<sup>5</sup>, traz duas tradicionais escolas no Rio de Janeiro da década de 50: o Instituto de Educação, onde estudam a protagonista Maria de

---

4 O processo do reconhecimento e da legitimação do conhecimento do outro não passa necessariamente pela aceitação desse outro de forma impositiva, mas pela compreensão desse saber como passível de reestruturação a partir de uma prática problematizadora e dialógica.

5 Escrita por Gilberto Braga e dirigida por Roberto Talma, *Anos Dourados* foi veiculada pela Globo de 5 a 30 de maio de 1986, no horário das 22h30.

Lourdes, Lurdinha (Malu Mader), e suas amigas Marly (Paula Lavigne) e Marina (Bianca Byington); e o Colégio Militar onde estuda o seu par romântico Marcos (Felipe Camargo), assim como seus colegas Urubu (Taumaturgo Ferreira) e Claudionor (Antonio Calloni). Ambas as escolas possuem forte caráter conservador pois, mais do que formar moças e rapazes para a carreira docente e militar respectivamente, preparam a jovem geração para a vida em sociedade a partir de valores de determinado segmento social — famílias tradicionais cariocas de classe média e média alta.

O auge de uma possível carreira profissional para as mulheres ocorre por meio do magistério voltado ao ensino fundamental e o Instituto de Educação representa excelência nessa formação. Já o Colégio Militar é visto como uma instituição séria e disciplinadora, competente para formar o caráter dos jovens e prepará-los para a carreira militar ou para uma boa inserção profissional. Por estarem focadas na disciplina, na formação moral e na transmissão do conteúdo considerado relevante pelas direções das escolas, as duas instituições, a partir da visão freiriana de educação, podem ser consideradas escolas bancárias. De acordo com Freire (2005, p. 66), “Quanto mais vá ‘enchendo’ os recipientes com seus ‘depósitos’, tanto melhor educador será. Quanto mais se deixem docilmente ‘encher’, tanto melhores educandos serão”, o autor conclui “Eis aí a concepção ‘bancária’ da educação, em que a única margem de ação que se oferece aos educandos é a de receberem os depósitos, guardá-los e arquivá-los” (Freire, 2005, p. 66). Quando o aluno Marcos é flagrado lendo um livro durante a aula, já no primeiro episódio, não há discussão sobre sua infração ou sobre o teor do livro,

ele simplesmente recebe a punição de passar o final de semana internado no Colégio Militar.

A personagem da professora Laís aparece já no primeiro episódio e, ainda que permaneça como personagem secundária, vai crescendo em importância na trama ao, preocupada com Lurdinha, tomar a iniciativa de intervir junto a seus pais em prol do namoro com Marcos. Essa atitude da professora tem lugar porque a família de Lurdinha e a comunidade escolar reconhecem sua autoridade social e sua interferência muda o andamento do enredo possibilitando o namoro entre os protagonistas. Ao mesmo tempo em que contribui para união do jovem casal, a educadora vai se tornando uma referência para Lurdinha. Sua postura e sua forma de pensar contrasta com as dos demais personagens, principalmente com as das demais mulheres, por revelar-se mais acolhedora, madura e dialógica. Seu desempenho como docente em sala de aula, contudo, tratado em poucas cenas, não parece se diferenciar das demais educadoras do Instituto de Educação no sentido de priorizar a transmissão do conteúdo e exigir postura disciplinada e atenciosa das alunas.

### *Anos Rebeldes (1992)*

A série de 20 episódios<sup>6</sup> tem início com apresentação de personagens e ambiência no Rio de Janeiro às vésperas do golpe militar, num clima de normalidade e de uma certa efervescência com os quatro amigos<sup>7</sup> já no último ano letivo, tentando organizar

---

6 Também escrita por Gilberto Braga, com colaboração de Sérgio Marques, Ricardo Linhares e Ângela Carneiro, *Anos Rebeldes* é dirigida por Dennis Carvalho e exibida de 14 de julho a 14 de agosto de 1992, no horário das 22h.

7 O grupo é composto pelo protagonista João Alfredo (Cássio Gabus Mendes); Edgar Ribeiro (Marcelo Serrado) melhor amigo de João, mas que disputa o

seminário na escola para discutir as profissões, uma vez que estão a escolher qual curso prestar para o vestibular. Os rapazes pedem orientação ao professor de história Inácio Avelar (Kadu Moliterno) a respeito da lista de palestrantes a serem convidados para a Semana de Carreira no Colégio Pedro II. O professor elogia as indicações e encoraja a iniciativa, mas dias depois a escola veta o evento, “dando como desculpa a falta de espaço e horários, frisando bastante que não lhe parece o momento apropriado, ou indicando que talvez haja lugares melhor do que o colégio para essas reuniões” (Braga, 2010, p. 45).

De fato, à medida em que o cenário político recrudescer, a direção, embora não se atenha a questões morais e não demonstre postura rígida e disciplinadora, mostra-se cada vez menos aberta a atuação política e criativa de seus estudantes, proibindo as reuniões, vetando artigos que estavam no mural e desautorizando o uso da sala para instalação do mimeógrafo estudantil. Ao mesmo tempo em que professores como Avelar mostram-se solícitos e dialógicos, a direção do colégio manifesta desconforto crescente e postura autoritária diante das iniciativas do alunado.

A partir do quarto episódio, a narrativa avança no tempo e os jovens estão nos respectivos cursos universitários. Maria Lúcia, Lavínia e Galena estudam Jornalismo na PUC, João Alfredo estuda Ciências Sociais em Filosofia, Edgar e Valdir, Economia, Heloísa faz cursinho para vestibular e estuda violão. Galeno está mais animado com seu trabalho no teatro Opinião e com seus escritos de peça de teatro do que com o curso de jornalismo. O ambiente universitário é marcado por movimentações culturais

---

amor de Maria Lúcia; Galeno Quintanilha (Pedro Cardoso); e Valdir (André Pimentel).

e políticas, assembleias estudantis. No segundo episódio, a polícia invade a Faculdade de Direito onde estava ocorrendo assembleia com mais de 300 participantes. No capítulo 7, a polícia cerca a Faculdade de Medicina, na Praia Vermelha, arromba a porta, invade o prédio da faculdade, agride e prende participantes de assembleia estudantil.

Diferentemente do colégio Pedro II, é possível categorizar as faculdades da trama de *Anos Rebeldes* como instituições dialógicas, a partir do conceito desenvolvido pelo Paulo Freire, por permitirem espaço de troca, de discussão, de questionamentos sociais, políticos, culturais, ainda que essas trocas e discussões não se deem necessariamente do ponto de vista do ensino ou do conteúdo disciplinar.

A libertação autêntica, que é a humanização em processo, não é uma coisa que se deposita nos homens. Não é uma palavra a mais, oca, mitificante. É práxis, que implica a ação e a reflexão dos homens sobre o mundo para transformá-lo (Freire, 2005, p. 77).

Assim, o ambiente pulsante, agregador e crítico das instituições de ensino superior apresentadas impulsiona mudanças ou posicionamentos sociais revolucionários à época em que se passa a trama (entre 1964 e 1967, principalmente).

### *Malhação – Viva a Diferença (2017)*

Essa temporada de *Malhação* traz cinco amigas<sup>8</sup> e duas escolas nos holofotes de ações, conflitos, encontros

---

8 Keyla (Gabriela Medvedoviski), Benê (Daphne Bozaski), Ellen (Heslaine Vieira), Lica (Manoela Aliperti) e Tina (Ana Hikarie).

e desencontros: a escola pública Cora Carolina e a particular Colégio Grupo. Embora as instituições de ensino estejam localizadas no foco da trama, questões de cunho pedagógico, de ensino ou de relacionamento docente-discente praticamente inexistem. Os poucos professores que possuem alguma relevância no enredo desempenham papéis na coordenação pedagógica ou na direção. A escola Cora Carolina mostra-se aberta à comunidade escolar, envolvendo educandos e familiares em ações conjuntas, acolhedora e propositiva em relação aos discentes e funcionários, representados pela personagem Josefina, mãe de Benê e Julinho (Davi Souza). A diretora, Dóris Belink (Ana Flavia Cavalcanti), reflete postura dialógica junto a alunas, alunos e funcionária, mostrando-se comprometida com a escola e com o corpo discente. Em mais de uma ocasião, Dóris extrapola a atuação de diretora e se envolve com questões pessoais e familiares do alunado.

Já a convivência entre discentes e o corpo do Colégio Grupo, especialmente em relação à direção da escola, presidida pelo pai da Lica, Edgar Gutierrez (Marcello Antony), é repleta de conflitos e divergências de interesses. O diretor e dono encara a escola como um negócio e não esconde sua gana por lucro. O coordenador pedagógico da escola, Boris (Mouhamed Harfouch), faz um contraponto desempenhando papel de intermediador entre direção e alunado, com postura mais acolhedora em relação aos discentes e visão mais progressista da escola e da proposta pedagógica. Conquanto pesem inúmeros conflitos, há espaço para diálogo na escola e, não raro, a direção cede aos apelos estudantis. Pode-se observar, contudo, um

esforço por parte da escola e de boa parte da comunidade escolar em ajustar o corpo discente às normas da escola e da sociedade e à construção de projeto de vida que suas famílias almejam.

Apesar de a série trazer na sua base universo educacional as questões ligadas a aprendizado e relação professor-aluno praticamente inexistem. Mesmo com perfis diferentes, ambas instituições de ensino apresentam uma abordagem bancária de escola.

Assim é que, enquanto a prática bancária, como enfatizamos, implica uma espécie de anestesia, inibindo o poder criador dos educandos, a educação problematizadora, de caráter autenticamente reflexivo, implica um constante ato de desvelamento da realidade. A primeira pretende manter a imersão; a segunda, pelo contrário, busca a emersão das consciências, de que resulte sua inserção crítica na realidade (Freire, 2005, p. 80).

Na pública, há postura afetiva e compreensiva por parte da direção da escola em relação aos estudantes, porém problematizações ou movimentos de mudanças sociais não são construídos. No colégio privado a relação dos estudantes com a direção é conflituosa e, por vezes autoritária, porém os estudantes realizam progressos em relação a suas pautas de reivindicação e encontram espaço para se expressarem. Com suas características um tanto específicas e contrastantes ambas as instituições de ensino ao longo do enredo construído não apontam para um processo de mudança socialmente significativo.

## *Segunda Chamada* (2019)

Em *Segunda Chamada*<sup>9</sup>, a escola pública Carolina Maria de Jesus, que recebe jovens e adultos para ensino noturno, é o foco da trama, na qual os personagens, boa parte em situação de marginalidade ou vulnerabilidade, lidam com dificuldades as mais diversas, oriundas de suas vidas precarizadas, desprovidas de estrutura familiar e social, tendo em comum a escola como espaço de apoio, reconhecimento e projeção de algum futuro. *Segunda Chamada* revela, entre paredes pichadas e janelas partidas, um compêndio de dramas humanos que, para além de uma realidade crítica de classe, avança por questões da própria existência humana, revelado no espaço da escola, palco e também personagem na redenção ou dissolução dessas tragédias.

Na série os professores<sup>10</sup> são praticamente os protagonistas da trama, ocupando foco principal e desempenhando papel ativo na sala de aula e nas questões enfrentadas pelo alunado, pela escola e também por eles mesmos. Seus dramas pessoais (dependência química, violência doméstica, busca da família biológica, relacionamento conjugal, dificuldade financeira) costumam arcos narrativos que perpassam episódios.

Apesar de tratar dos dramas humanos vivenciados em sua maioria pelos discentes, a escola em sua dinâmica não propõe

---

9 A primeira temporada da série foi exibida entre 8 de outubro e 17 de dezembro em 2019, no canal aberto da Globo. A segunda temporada foi lançada primeiro na plataforma Globoplay em 2021 e exibida no canal aberto apenas em 2023 – entre agosto e setembro.

10 Professora de português Lúcia Rocha (Débora Bloch), professor e diretor Jacinto Queiroz Araújo (Paulo Gorgulho), Prof.<sup>a</sup> de matemática Eliete Sabá (Thalita Carauta), Prof.<sup>a</sup> de história Sônia Carrasco (Hermila Guedes), prof. de Artes Marco André (Silvio Guindane). Participação pontual do professor de português que substitui Lúcia, Paulo Moreira (Caio Blat).

mudança estrutural. Os discentes são instados a finalizar o ensino fundamental frequentando a escola a qual, mesmo precarizada, oferece um certo apoio e uma possibilidade de construção de futuro, de busca por dignidade, porém o processo de conquista se dá de forma majoritariamente individualizada. Os enfrentamentos dos problemas, as falhas e os êxitos revelam processos particularizados, carentes de uma perspectiva de construção conjunta. Paulo Freire (2005, p. 170) fala do individualismo como parte do mecanismo de dominação, “insistindo as elites dominadoras na manipulação, vão inoculando nos indivíduos o apetite burguês do êxito individual”. Os discentes são, portanto, caracterizados como oprimidos pela ausência de mudança estrutural em suas vidas, embora tenham boas relações interpessoais com professores e funcionários da escola.

Em algumas situações, contudo, há um posicionamento ousado por parte dos docentes levando os discentes a experienciarem outra visão de mundo e posicionamentos mais críticos, como no capítulo 3 da segunda temporada, no qual os professores passam a dar aula no pátio da escola ao redor de fogueira feita pelos alunos abordando o tema da censura como forma de lidar com situação de cerceamento ocorrida na aula de Artes por conta e polêmica com peça de Nelson Rodrigues, *O beijo no asfalto*. Se por um lado, analisando a postura do diretor e dos funcionários a escola em *Segunda Chamada* pode ser caracterizada como bancária, em determinadas posturas dos professores é possível vislumbrar elementos da Educação Libertadora de que fala Freire. O comprometimento dos professores, suscetíveis à troca e ao diálogo permitem, ainda que de forma pontual,

o pressuposto de Educação Libertadora, por meio da elaboração dos conflitos em conjunto com os sujeitos que dele fazem parte para uma superação ontológica, para o *Ser mais* que implica no reconhecimento do sujeito como portador de sua dignidade humana.

## Considerações

Com base na análise realizada a partir das categorizações freirianas, estruturamos um quadro comparativo com os principais elementos do universo discursivo das narrativas ficcionais (Quadro 1).

**Quadro 1** – Principais elementos das séries ficcionais à luz de Freire

	Escola	Professor	Discente
<i>Anos Dourados (1986)</i>	As duas instituições escolares, Colégio Militar e Instituto de Educação, são bancárias por estarem focadas na disciplina, na formação moral e na transmissão do conteúdo.	Professores bancários e opressores visto que não há quebra na lógica da educação bancária estabelecida.	Os discentes, ainda que de classe dominante, são oprimidos pelas escolas que os tratam como depósito de conteúdo e não abrem espaço para diálogo.
<i>Anos Rebeldes (1992)</i>	A escola Pedro II mostra-se bancária e opressora. Já as faculdades são polos de resistência contra a ditadura e centros de questionamentos das estruturas sociais e políticas. São, portanto, instituições libertadoras.	Professores engajados social e politicamente e abertos a discussões e trocas com os discentes. São dialógico-libertadores.	Discentes são questionadores e participativos, ainda que as práticas pedagógicas não sejam foco de discussão.

	Escola	Professor	Discente
<i>Malhação – Viva a Diferença 2017</i>	As duas escolas, Cora Coralina (pública), receptiva e afetiva, e Colégio Grupo (privada), autoritária e conflituosa, não apontam para um processo de mudança social ou de auto-crítica. Ambas instituições apresentam abordagem bancária.	Praticamente inexistente a figura do docente na trama. Estão presentes direção da escola e coordenação pedagógica.	Apesar de imbuídos de conflitos e problemáticas e demonstrarem postura ativa, os discentes não atuam no sentido de transformações efetivas ou questionamentos estruturais. A ênfase dá-se na adaptação.
<i>Segunda Chamada 2019</i>	A escola Maria Carolina de Jesus, ainda que trabalhe com elementos como o afeto e o respeito aos educandos, pode ser considerada bancária por contribuir com a manutenção do <i>status quo</i> .	Professores comprometidos e abertos a trocas podem ser considerados dialógicos. Por vezes promovem a Educação Libertadora.	Discentes em posição de fragilidade e marginalidade são oprimidos pelo sistema. Encontram apoio na escola, porém sem grandes perspectivas de transformação social.

Fonte: Autoria própria.

Aplicação de conceitos-chaves do pensamento freiriano no universo discursivo ficcional por meio da Análise do Discurso, com seus pressupostos analíticos e metodológicos, permitiu o aprofundamento do olhar em relação ao objeto empírico em diversos âmbitos como: a compreensão de perspectiva ideológica dos discursos narrativos, as caracterizações de elementos comuns presentes nas narrativas, a possibilidade de relacionamento entre as diferentes construções, e a percepção de contradições e incoerências na própria construção de concepção de escola, de educação, de docência dentro dos diferentes discursos. É possível entrever que cada narrativa estrutura visão específica de escola, de educação pública, assim como de demais sujeitos que compõem o universo

educacional (educadores, alunos, funcionários, comunidade escolar) a partir da proposta da narrativa, ainda que essa trama discursiva apresente contradições internas de concepções desses elementos.

Mais do que apontar achados, contudo, essa aproximação com outros campos do saber pretendida no presente trabalho, presta-se a lançar luz sobre possibilidades de análises de processos comunicacionais para além do contexto textual e entre diferentes produções narrativas.

## Referências

BRAGA, G. **Anos rebeldes**: os bastidores da criação de uma minissérie. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em Análise do Discurso**. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1993.

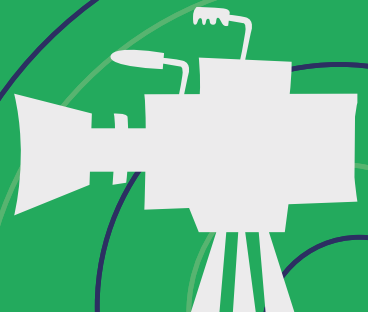
ORLANDI; E. P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2015.

STRECK, D.; REDIN, E.; ZITKOSKI, J. (org). **Dicionário Paulo Freire**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.



## CAPÍTULO 3

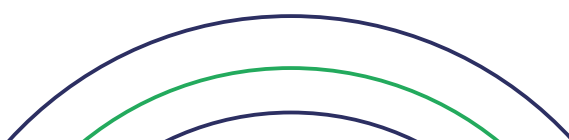
***Coisa Mais Linda!* Representação da protagonista Thereza da série da Netflix sob um olhar interseccional<sup>1</sup>**



**Resumo:** O objetivo deste estudo é fazer uma análise discursivo-interseccional da protagonista Thereza da série original Netflix *Coisa Mais Linda*. O objeto empírico compõe-se dos discursos das cenas do primeiro episódio da produção e procura-se determinar a partir de uma abordagem interseccional os rastros de opressão em relação aos marcadores identitários da diferença da protagonista e sua relação com as outras personagens. A partir dessa análise qualitativa, pode-se aferir como resultado que a protagonista apresenta de maneira específica as dinâmicas de opressão interseccionais concentrando-se nesse episódio inaugural na categoria de gênero e de sexualidade.

**Palavras-chave:** Ficção seriada. Interseccionalidade. Personagem. *Coisa Mais Linda*.

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (USP), mestre em Média e Sociedade pelo Instituto Politécnico de Portalegre (IPP) e graduado em Comunicação Organizacional pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Tem experiência como professor de língua estrangeira. Dedicar-se a pesquisas na área de Comunicação, com ênfase nos assuntos referentes à imagem e narrativas (fotografia, cinema, televisão, streaming e animação) buscando conexões com os estudos de gênero, estudos feministas, estudos interseccionais, estudos queer e estudos decoloniais. É membro-pesquisador do GELiDis – Grupo de Pesquisa Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação (CNPq/ECA-USP).
  - 3 “O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). [This study was financed in part by the Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)]. E-mail: claudine.i.lopes@hotmail.com/ junior.lopes@usp.br.



## Considerações sobre *Coisa Mais Linda*

Ambientalizada no Rio de Janeiro de 1959 e embalada com muita Bossa Nova, a primeira temporada da produção original Netflix *Coisa Mais Linda* nos apresenta as experiências e as vivências da vida de quatro mulheres: Maria Luiza (Maria Casadevall), Adélia (Pathy Dejesus), Lúgia (Fernanda Vasconcellos) e Thereza (Mel Lisboa) que protagonizam a série. A trama da narrativa vai costurando as histórias dessas mulheres fazendo-as criar laços de sororidade entre si por conta de enfrentarem desafios impostos a elas na época da década de 1950 e início dos anos de 1960 no Brasil. Nesse interim, Rocha (2019, p. 179) considera que *Coisa Mais Linda*, “[...] a partir de características que a remetem ao gênero, à narrativa e à estética do melodrama para tratar de problemas e temáticas contemporâneos” se propõe a ser uma produção engajada a discutir e a abordar temas sociais, políticos, jurídicos e culturais envoltos do viés do feminismo. Portanto, *Coisa Mais Linda* consolida-se como um drama de época cujas temáticas não são ultrapassadas, afinal percebe-se em sua narrativa, estética, gênero e discurso pautas extremamente contemporâneas e universalizantes, materializadas em um drama por reconhecimento de matriz latino-americana, mas de abrangência marcadamente global.

É válido considerar a série *Coisa Mais Linda*, como um objeto de estudo pertinente, porque, notadamente, ela tangencia temas relacionados a feminismos plurais e interseccionais; além de ser uma produção audiovisual seriada brasileira que contém um protagonismo feminino. Neste artigo, para as proposições analíticas salientam-se considerações sobre o empreendimento conceitual da interseccionalidade cujas reflexões agrupam noções que se destacaram nos debates públicos e acadêmicos a partir da década-

da de 1990 (Crenshaw, 1990, 2002; Collins, 2019; Collins, Bilge, 2021). Além disso, articulam-se conceitos da Análise de Discurso francesa, como o de sujeito da enunciação, de co-enunciador e de memória discursiva para examinar os enunciados discursivos das cenas da protagonista Thereza no primeiro episódio da primeira temporada da série brasileira original Netflix *Coisa Mais Linda*. Finalizando, nosso objetivo é perceber por quais marcadores identitários a protagonista é atravessada, e se há a incidência de rastros de opressão na representação subjetiva da personagem.

### **Interseccionalidade representacional: uma aproximação do conceito ao campo da comunicação pelas vias da ficção seriada**

O empreendimento conceitual da interseccionalidade cujas raízes intelectuais germinam no fim da década de 1960 e permeiam os anos de 1970 nos Estados Unidos. Esse início da trajetória acadêmica está ancorado nos estudos de raça, classe e gênero, os quais pioneirissimamente iniciaram as reivindicações para o desenvolvimento teórico, epistemológico e político que, mais tarde, compreendesse as relações de poder mobilizando sentidos estruturais interseccionais, tendo em vista relações sociais marcadas pela diversidade e experiências individuais no convívio social (Collins; Bilge, 2021).

De maneira massiva, o termo interseccionalidade e as reflexões tanto na investigação teórica como na práxis críticas vêm ganhando centralidade e amplitude nos debates públicos e acadêmicos desde a década de 1990 com a implicação científica de alargar a proposta de inserir categorias analíticas alternativas às premissas analíticas de raça, classe e gênero. Logo, a discussão

sobre as políticas da diferença foi fomentada de maneira a não proporcionar destaque única exclusivamente a uma determinada categoria, atribuindo, então, uma capacidade analítica mais crítica que incorpora outros marcadores identitários, tais como sexualidade, nacionalidade entre outros na determinação de considerações científicas (Collins, 2017; 2019; Collins; Bilge, 2021; Crenshaw, 2002).

Antes dessa tradução para a linguagem acadêmica e consequente validação intelectual, mulheres ativistas negras já exerciam um papel de extrema importância na emergência da elaboração das bases do ideal interseccional a partir de suas vivências e experiências de vida, visando criação de políticas emancipatórias que as proporcionassem visibilidade (Bairros, 1995; Collins; Bilge, 2021).

Portanto, a interseccionalidade preconiza um entendimento mais amplo de identidades individuais e coletivas de modo que não são fixas e nem imutáveis, mas sim, estrategicamente essencialistas e que uma vez sobrepostas nos remetem a sujeitos que tendem a sofrer opressões estruturais que estimulam as injustiças (Collins; Bilge, 2021). Nas palavras de Crenshaw (2002, p. 177),

a interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas [...].

Utilizando uma metáfora de intersecção, uma analogia é criada sobre os vários eixos de poder, afirmando que raça, gêne-

ro e classe são algumas das avenidas que estruturam os terrenos sociais, econômicos e políticos onde podem então transitar o empoderamento e o desempoderamento. Sendo assim, nesse propósito, pode-se ponderar que a construção das subjetividades podem passar por interpelações que causam opressões sejam elas oriundas de questões raciais, etárias, relativas à sexualidade, à classe entre outras.

A imagem das mulheres na cultura popular é repleta de controvérsias por conta de como é realizada a representação delas. Muitas vezes, tende-se a ignorar os interesses interseccionais que as afetam. Logo, faz-se necessária que a construção cultural das mulheres no imaginário tenha como início uma *interseccionalidade representacional* para resolver a problemática da desvalorização. Essa solução “[...] incluiria tanto as maneiras pelas quais essas imagens são produzidas por meio de uma confluência de narrativas predominantes de raça e gênero, quanto um reconhecimento de como as críticas contemporâneas à representação racista e sexista marginalizam mulheres [...]” (Crenshaw, 1991, p. 1282-1283).

A interseccionalidade, enquanto conceito, adquire potência e articulação em torno de muitos campos da ciência, para tanto que a perspectiva interseccional os estudos de Comunicação pode se ater ao que Crenshaw (1990, p. 1245) denomina de “interseccionalidade representacional”. Em outras palavras, entender como que em espaços midiáticos, onde há interação e conversação, é possível aferir matrizes de opressão, já que esses espaços comunicacionais, os quais por estarem longe de neutralidades, servem para a estruturação da dominação simbólica e material sob os indivíduos que lá comungam. Nos espaços comunicacionais, por estarem longe de neutralidades, a estruturação da dominação

simbólica e material sob os indivíduos que lá comungam acontecem a partir da representação da reprodução da hierarquia racial e de gênero no imaginário cultural. Dessa maneira, é primordial entender como que os rastros da opressão causada pela diferença de poder dos marcadores.

## Escolhas metodológicas

Para realizar a análise, optou-se por uma análise interseccional, considerando que o *corpus* de pesquisa será composto por enunciados, discursivamente, materializados na narrativa da série *Coisa Mais Linda* e referentes às opressões que a protagonista Thereza experiencia. Dessa forma, destaca-se ainda essa tentativa de aproximar a narrativa ficcional da série com o real cenário brasileiro, é possível verificar uma observação de Esquenazi (2011) que salienta que narrativas cujos eixos são centrados na vida de pessoas comuns apresentam uma característica de aproximação com o cotidiano real dos indivíduos. Portanto, há um aprofundamento de detalhes nas histórias ficcionais seriadas com uma descrição mais intimista a qual “[...] permite-lhes colocarem as suas personagens sob uma lupa aumentadora capaz de pormenorizar sentimentos e emoções” (Esquenazi, 2011, p. 37). Vale lembrar também que optamos por trabalhar com uma das quatro protagonistas, já que, segundo McKee (2006, p. 354), “[...] a protagonista cria o resto do elenco”, logo dada essa função elementar, nada melhor do que dedicar esforços em compreender em primeiro lugar, uma das figuras principais de *Coisa Mais Linda*.

Sendo assim, pretende-se analisar Thereza, tendo como recorte o primeiro episódio da primeira temporada, intitulado *Bem-vinda ao Rio*. Além disso, é primordial entender como que os

rastros da opressão causados pela diferença de poder dos marcadores identitários dos processos de construção das subjetividades se alastram e se materializam na produção seriada *Coisa Mais Linda*. Para atingir esse objetivo, metodologicamente, duas cenas que versam questões da protagonista foram demarcadas e nelas notamos rastros de opressão, sob os quais aplicamos uma análise interseccional para identificar a origem desses vestígios de repressão nos processos de construção da subjetividade de Thereza.

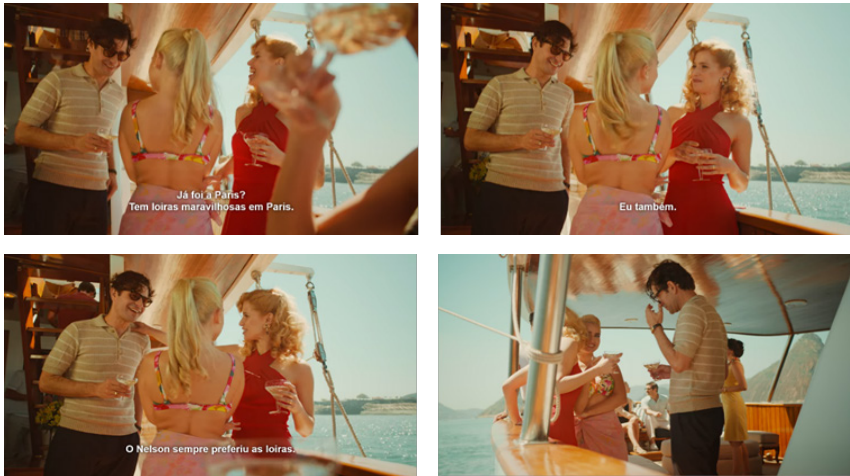
## **Apresentação analítica**

Antes de propriamente apresentar e analisar as sequências enunciativas com as quais trabalharemos, é interessante um panorama sintético que podemos apreender da protagonista quando observamos o primeiro episódio de *Coisa Mais Linda*. Thereza é uma mulher branca; aparenta ter entre 20 e 30 anos; tem uma personalidade forte e um pensamento bem desenvolvido em relação a sua posição como uma mulher no mundo e no Brasil do fim da década de 1950 o que pode ser resquícios da época em que viveu em Paris; trabalha como redatora na revista *Ângela* cujo conteúdo tem como público-alvo as mulheres; e é casada com Nelson (Alexandre Cioletti) com quem mantém um matrimônio que transcende os moldes do tradicionalismo da época dos Anos Dourados brasileiros.

Um último traço característico de Thereza importante apresentado ainda no episódio inaugural diz respeito à sexualidade da personagem. É válido destacá-lo por ele ser um ponto-chave para compreender a diferença na categoria identitária da sexualidade que na narrativa da série, mais tarde, é um ponto em que se escoram rastros opressivos. Nesse caso, junto com o marcador

de gênero, a categoria identitária da sexualidade é **acionada**, por conta de, implicitamente, a protagonista sugerir que seria bissexual por conta de um diálogo exposto abaixo, na Figura 1, com o marido, Nelson, e outra mulher.

**Figura 1** – Sequência em que Thereza deixa implícita sua bissexualidade



Fonte: Captura de tela feita pelo autor na plataforma Netflix.

Ainda nesse primeiro episódio, encontramos mais uma cena em que Thereza sofre opressão de gênero. Essa opressão não é ponderada diretamente à protagonista, mas sim ao marido pelo seu próprio irmão, Augusto (Gustavo Vaz), que não entende o porquê Nelson permite que Thereza trabalhe. Vale destacar que a relação afetivo-amorosa de Thereza com Nelson caminha no sentido oposto daquela que era vigente no fim dos anos de 1950 e no início dos anos de 1960. É fato que

o casamento-modelo definia atribuições e direitos distintos para homens e mulheres.

Tarefas domésticas como cozinhar, lavar, passar, cuidar dos filhos e limpar a casa eram consideradas deveres exclusivamente femininos. Dentro de casa, os homens deveriam ser solicitados apenas a fazer pequenos reparos (Bassanezi, 2004, p. 626).

Apesar disso o casal, Thereza e Nelson, fugiam do estereótipo *marido e mulher* desse modelo matrimonial durante a narrativa desse episódio da primeira temporada de *Coisa Mais Linda*. Para tanto, nessa sequência que destacamos a seguir com a Figura 2, Nelson revigora uma defesa assertiva de Thereza em relação à fala de Augusto.

**Figura 2** – Sequência em que Augusto não concorda com Thereza trabalhar



Fonte: Captura de tela feita pelo autor na plataforma Netflix.

Vale destacar que ao enquadrarmos essas duas situações no episódio sobre Thereza, é possível encontrarmos silenciamentos e imperativos que reproduzem na vivência da protagonista matrizes de opressão, nos casos analisados, de gênero e de sexualidade. Logo, a fim de compreender melhor como essas engrenagens de opressão funcionam, entender todo o contexto social, político e cultural no qual Thereza está inserida é uma via.

Em relação à compreensão da construção da sexualidade da protagonista, pode-se retomar que, de forma geral, a legitimação tanto do gênero como da sexualidade depende da consolidação de padrões sociais impostos pela sociedade num “[...] processo minucioso, sutil, sempre inacabado [...]” no qual “família, escola, igreja, instituições legais e médicas mantêm-se, por certo, como instâncias importantes nesse processo constitutivo” (Louro, 2008, p. 2). Dentre tais instituições, Araújo (2004) destaca que as conformidades morais, éticas e comportamentais, principalmente da igreja, no decorrer da história da humanidade, exerciam grande influência sobre a sexualidade feminina. Retomando a prerrogativa de que não se podia fazer como Eva no jardim do Éden e cair na tentação, as mulheres eram ensinadas a terem seus desejos sexuais, com antecedência, abafados e reprimidos de modo que reverberassem apenas a inspiração de construir uma família, o zelo pelo lar e o cuidado pelos filhos. Resumindo: “[...] na visão da sociedade misógina, a maternidade teria de ser o ápice da vida da mulher” (Araújo, 2004, p. 52).

O rompimento dessa perspectiva de submissão das mulheres pode ser atribuído parcialmente à entrada progressiva da mulher no mercado de trabalho, conforme argumenta Arán (2003) que pondera que colhendo os frutos da Terceira

Revolução Industrial iniciada com o fim da Segunda Guerra Mundial, as mulheres galgaram mais espaços, o que lhes proporcionaram independência e autonomia podendo então decidir buscar por seus direitos preconizando a liberdade e o seu prazer sexual. Coincidindo, a entrada da mulher no mercado de trabalho relaciona-se com a segunda ocorrência de opressão que destacaremos na análise.

É fato que o trabalho feminino não é algo inédito do século XX, Gardey (2003) ressalta que as mulheres desde muito antes sempre trabalharam, seja no período em que havia escravidão, seja no trabalho doméstico, campestre ou comercial do século XIX; entretanto, a entrada massiva e paulatina é que configurou as mulheres no mercado de trabalho regular. Especificamente no Brasil, apesar de grande parte do proletariado ter sido constituída por crianças e mulheres (Rago, 2004), é possível perceber que, majoritariamente, a parcela feminina era destinada a serviços subalternizados, enquanto os homens, a posições de poder. Logo, a mulher passou a ser reserva de mão de obra.

Mesmo tendo o direito ao trabalho, adquirido pela Constituição Brasileira de 1932, a mulher sofria o estigma de não pertencer ao universo laboral, sendo-lhe atribuída àquela visão estereotipada de que lugar de mulher é em casa. Bruschini (1994) destaca que somente com a Constituição de 1988 que princípios, em tese, femininos, como a docilidade, as funções do lar e até a condição da maternidade, fundamentados pelo machismo, pela misoginia, pelo sexismo e pelo patriarcado perderam contorno para políticas públicas femininas que faziam valer os direitos das mulheres.

## Considerações finais

Diante da formação do *ethos* interseccional, Thereza constrói a imagem de si como uma mulher branca, que trabalha e que valoriza seu prazer e sua visão de mundo sendo uma feminista do seu tempo. Naquilo que se refere mais precisamente à interação social, a qual é imprescindível para a construção contínua dos sujeitos, já que a identidade é um pacto social que precisa ser legitimado pelo Outro e pelo sujeito em si em construção, Thereza confronta as tensões sociais, os contextos em que vive e os contatos imediatos que possui. E, muitas vezes, a protagonista é assertiva na sua abordagem de como confrontar os argumentos opressores quando aciona respostas estratégicas.

Uma crítica é que há predominância do sistema de opressões que envolvem Thereza estar na categoria de gênero. Não é que seja errônea tal abordagem, entretanto seria mais enriquecedor, num ponto de vista mais crítico, que as interseccionalidades pudessem ser mais salientadas nas vivências e experiências de Thereza já que *Coisa Mais Linda* retrata, na ficção, possíveis realidades de um Brasil de 60 anos atrás que pode ser comparado com um Brasil contemporâneo.

Como resultado, é possível aferir que a protagonista é atravessada por marcadores identitários, porém há o entrecruzamento de dois marcadores que faz emergir e serem mobilizadas diferentes formas de opressão experienciadas por Thereza. Reiterando a magnitude que os estudos interseccionais preconizam entre teoria e práxis, é possível salientar nessa empreitada de analisar uma personagem levando em conta sua subjetividade numa perspectiva interseccional, um olhar sob o *ethos* de justiça social no progresso e no regresso da condição

das mulheres no Brasil no que tange a conjuntura das experiências de vida das mulheres de 60 anos e o seu cenário atual.

## Referências

ARÁN, M. Os destinos da diferença sexual na cultura contemporânea. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, p. 399–422, 2003. DOI: 10.1590/S0104–026X2003000200004.

ARAÚJO, E. A arte da sedução: sexualidade feminina na colônia. *In*: DEL PRIORE, M.; BASSANEZI, C. (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 45–77.

BAIRROS, L. Nossos feminismos revisitados. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 3, n. 2, p. 458–463, 1995.  
Disponível em: [https://www.mulher500.org.br/wp-content/uploads/2016/07/140\\_41.pdf](https://www.mulher500.org.br/wp-content/uploads/2016/07/140_41.pdf).

BASSANEZI, C. Mulheres dos anos dourados. *In*: DEL PRIORE, M.; BASSANEZI, C. (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 607–639.

BRUSCHINI, C. Trabalho feminino: trajetória de um tema, perspectivas para o futuro. **Estudos Feministas**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 17–32, 1994. Disponível em: <https://urbandatabrasil.fflch.usp.br/producoes-em-periodicos-cientificos/trabalho-feminino-trajetoria-de-um-tema-perspectivas-para-o>.

COISA MAIS LINDA. Produção de Beto Gauss e Francesco Civita. Direção: Caíto Ortiz, Hugo Prata e Julia Rezende. Brasil: Netflix, 2019. 1 série (7 ep.).

COLLINS, P. H. **Pensamento feminista negro**: conhecimento, consciência e a política do empoderamento. São Paulo: Boitempo, 2019.

COLLINS, P. H. Se perdeu na tradução? Feminismo negro, interseccionalidade e política emancipatória. **Parágrafo**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 6–17, 2017.

COLLINS, P. H.; BILGE, S. **Interseccionalidade**. São Paulo: Boitempo, 2021.

CRENSHAW, K. W. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 171–188, 2002. DOI: 10.1590/S0104–026X2002000100011.

CRENSHAW, K. W. Mapping the margins: intersectionality, identity politics, and violence against women of color. **Stanford Law Review**, [S. l.], v. 43, p. 1241–1299, 1990. DOI: 10.2307/1229039.

ESQUENAZI, J.-P. **As séries televisivas**. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.

GARDEY, D. Perspectivas históricas. *In*: MARUANI, M.; HIRATA, H. (org.). **As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho**. São Paulo: Senac, 2003. p. 37–54.

LOURO, G. L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Pro-Posições**, Campinas, v. 19, n. 2, p. 17–23, 2008. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/proposic/article/view/8643470>.

MCKEE, R. **Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiros**. Curitiba: Arte & Letra, 2006.

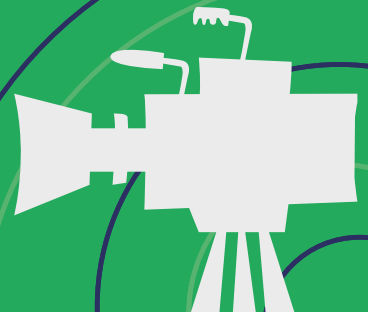
RAGO, M. Trabalho feminino e sexualidade. *In*: DEL PRIORE, M.; BASSANEZI, C. (org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004. p. 578–607.

ROCHA, S. M.; MEIGRE, M. V.; VIEIRA, G. A. O melodrama virou global? Práticas de produção e de circulação da série Netflix *Coisa Mais Linda*. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 17, n. 31, p. 168–180, 2019. DOI: 10.55738/alaic.v17i31.553.



## CAPÍTULO 4

# Comunicação, cultura organizacional e meritocracia<sup>1</sup>



**Resumo:** Este artigo examina a influência da meritocracia no ambiente interno das organizações e o papel da comunicação por meio de uma pesquisa bibliográfica. Baseia-se em dois eixos temáticos: cultura organizacional (Freitas, 2007; Schein, 1984) e comunicação organizacional (Saad, 2021; Holtzhausen, 2016). Conclui que a comunicação frequentemente reproduz o discurso meritocrático da alta liderança, intensificando a percepção de desigualdade entre os empregados.

**Palavras-chave:** Meritocracia. Cultura organizacional. Comunicação organizacional. Desigualdade social.

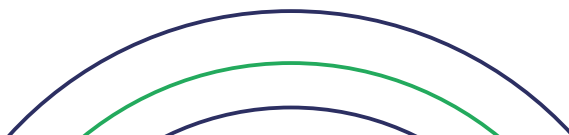
## **Introdução**

Este artigo começa com o exemplo de uma empresa que alterou sua política de remuneração para aumentar o faturamento e o ganho dos gestores. A empresa contratou uma consultoria que propôs uma nova política de metas e remuneração baseada na meritocracia. O pagamento de bônus foi vinculado ao desempenho geral da empresa, e não apenas ao desempenho individual de cada área. Isso resultou em um ambiente onde os gestores com baixo desempenho eram perseguidos e hostilizados.

---

1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.

2 Doutorando em Ciências da Comunicação pelo PPGCOM da ECA/USP. E-mail: sandro@gtcomrp.com.br



Como ilustrado acima, a meritocracia tem se tornado cada vez mais comum nas organizações brasileiras, sendo usada como justificativa para a ascensão profissional e as diferenças salariais. Nas redes sociais, histórias de sucesso por meio do esforço são amplamente divulgadas. Muitas empresas têm tentado incorporar a meritocracia em sua cultura, promovendo ambientes de disputa permanente e processos de avaliação de desempenho que destacam fraquezas individuais.

Embora a meritocracia tenha ganhado espaço nos discursos dos gestores das empresas como forma de justificar as movimentações internas relacionadas a promoções ou aumento salarial e pagamento de remunerações extras, o termo acabou sendo utilizado de forma bastante ampla e em contextos diferentes. Barbosa (2001) aponta para essa questão quando afirma que a meritocracia aparece diluída nas discussões sobre desempenho e sua avaliação, justiça social, reforma administrativa e do Estado, neoliberalismo, competência, produtividade, entre tantas outras situações.

Este trabalho tem como objetivo estudar, por meio de um levantamento bibliográfico, como a meritocracia está sendo incorporada na cultura organizacional e o papel da comunicação nesse processo. A questão central é: a meritocracia reduz a desigualdade e altera a cultura interna? E qual é o papel da comunicação nesse processo?

A hipótese é que a ideologia da meritocracia, promovida pela comunicação, especialmente nas redes sociais, cria um ambiente propício para ser incorporada nas empresas como forma justa de recompensa. Este artigo, limitado em espaço, busca iluminar o tema, reconhecendo a necessidade de estudos mais profundos.

O trabalho se desenvolve em dois eixos: meritocracia nas empresas e o papel da cultura organizacional e comunicação. O artigo é dividido em duas seções. Na primeira refletimos sobre a cultura organizacional no contexto da meritocracia e analisamos o papel da comunicação. Na segunda apresentamos as considerações finais e referências.

## **Cultura organizacional, comunicação e meritocracia**

Segundo Freitas (2007, p. 2) com os estudos sobre a cultura organizacional “a subjetividade passou a ser considerada um aspecto importante de análise nos níveis individual, grupal, organizacional e institucional”. Os estudos sobre a cultura organizacional, segundo a autora, incorporaram contribuições de diferentes ciências, principalmente da antropologia cultural, colocando em evidência a vida interna e externa de algumas empresas, desafiando um saber administrativo hegemônico, fundado em aspectos palpáveis ou objetivos. Esses estudos passaram a questionar a exclusividade e a infalibilidade da alta administração no sentido de ditar os rumos da organização, deram visibilidade ao simbolismo nas organizações e instigaram novas opções metodológicas em estudos organizacionais.

Vale ressaltar que o conceito de cultura não é universal. Freitas (2007) aponta que os antropólogos Kroeber e Kluckholm chegaram a identificar cerca de 160 definições diferentes para cultura. Especificamente sobre o recorte da cultura organizacional, a autora aponta o conceito de Schein (1984) como um dos mais ricos e referenciados. A definição do autor propõe em ir além dos comportamentos observáveis, privilegiando a

aprendizagem em grupo, além de assumir que a cultura tem funções específicas:

o modelo dos pressupostos básicos, que determinado grupo tem inventado, descoberto ou desenvolvido no processo de aprendizagem para lidar com os problemas de adaptação externa e integração interna. Uma vez que os pressupostos tenham funcionado bem o suficiente para serem considerados válidos, são ensinados aos demais membros da organização como a maneira correta para se perceber, se pensar e sentir-se em relação àqueles problemas (Schein, 1984, p. 3-4).

A definição proposta pelo autor contempla três níveis culturais diferentes: artefatos e criações, relacionados à tecnologia, arte, padrões de comportamento visíveis, mas nem sempre observáveis; valores, que estão geralmente no nível consciente; e o terceiro são os pressupostos básicos, que dizem respeito à visão de mundo implicada na natureza das relações essenciais do homem, como o ambiente, o tempo, o espaço, outros homens e o trabalho (Freitas, 2007).

Os estudos sobre cultura organizacional foram divididos por Freitas (2007) em duas categorias, dependendo da forma como se define o termo: o primeiro, da metáfora, considera a cultura organizacional como algo que a organização é, reconhecendo o papel ativo dos indivíduos na construção da realidade organizacional.

O segundo grupo é aquele que trata a cultura organizacional como uma variável, como algo que a organização tem. A cultura organizacional é, portanto, mais um elemento sob controle da direção, pode ser alterada sempre que for conveniente

aos seus objetivos, podendo ser definida e instrumentalizada tal como a estratégia e a estrutura da organização. Por atender muito mais aos anseios imediatistas e de controle dos níveis gerenciais, esse segundo grupo foi muito mais difundido nos estudos da administração do que o primeiro, que propõe uma visão mais crítica.

Há ainda muitas outras definições de cultura, passando por Shrivastava (1985), Pettigrew (1979) e Louis (1985). O objetivo deste trabalho não é se aprofundar e nem promover um estudo comparativo entre as definições, mas buscou-se extrair os principais elementos que esses conceitos abrangem a fim de aplicá-los na busca pelo entendimento sobre como a meritocracia vem sendo incorporada na cultura organizacional. Nesse sentido, o trabalho de Freitas (2007) fornece uma contribuição valiosa, ao destacar os elementos da cultura organizacional: os valores (coração da cultura organizacional), as crenças e pressupostos (expressam aquilo que é tido como verdade na organização), os ritos, rituais e cerimônias (manifestam o lado concreto da cultura organizacional, por meio de ações planejadas), as sagas e heróis (narrativas que destacam os grandes feitos e desafios da organização), histórias (reforçam o comportamento existente e ajudam a perpetuar a cultura organizacional), os tabus (definição das áreas proibidas em cada organização) e a comunicação como um elemento da cultura. Para Freitas (2007, p. 9):

cultura organizacional surgiria, pois, como um contra-ataque aos problemas da designação social, oferecendo uma solução atrativa que enfatiza ideias comuns, formas de pensar, valores e comportamentos acei-

táveis. Dessa forma, a cultura organizacional forneceria uma resposta à preocupação com a integração social, reproduzindo ordem particular, via consenso e solidariedade entre os membros da organização, legitimando a ordem existente e reduzindo conflitos.

Os elementos da cultura organizacional e afirmação acima nos fornecem uma boa sinalização sobre a relação entre a cultura organizacional e a adoção da meritocracia no contexto das organizações. Uma vez que a cultura organizacional não só é composta pelos valores e pelos pressupostos de uma organização, como também cumpre o papel de disseminar e perpetuar tais modelos no sentido de legitimar a ordem existente e reduzir conflitos, a incorporação da meritocracia representando um sistema justo de reconhecimento, premiação e promoção dos funcionários como parte da cultura de uma organização mostra-se como uma forma efetiva de fazer valer tais princípios. Embora pareça uma afirmação óbvia, nem sempre foi assim, considerando a realidade brasileira.

Essa construção da cultura organizacional baseada em meritocracia é um fenômeno que ganhou corpo nas últimas décadas do século XX por dois motivos principais: pela cópia do modelo de gestão norte-americano, símbolo e principal exemplo da meritocracia, e pelo movimento que vem sendo realizado pela extrema-direita em vários países do mundo. Para entender melhor essa constatação, recorreremos à Wayne e Cabral (2021) ao analisarem o fenômeno do Novo Trabalhismo do Reino Unido em relação à cultura e à meritocracia. Os autores destacam que:

o etos da meritocracia de (i) liberdade individual, de (ii) frutos justos do trabalho árduo

e dos (iii) talentos e a ideia de mobilidade social alheia às origens de classe triunfando sobre as barreiras sociais foi fundamental para a marca de Conservadorismo de Margaret Thatcher, nos anos 1980, e para a marca do Liberalismo Social de Tony Blair durante o período dos governos do Novo Trabalhismo entre 1997 e 2010 (Wayne; Cabral, 2021, p. 3).

Para os autores, atualmente tem ganhado corpo a questão do talento e do esforço para justificar a ascensão profissional em detrimento da proteção do trabalho, dos direitos trabalhistas e das carreiras de longa permanência nas organizações. Surgem os trabalhadores com *carreiras de portfólio* (Wayne; Cabral, 2021), ou seja, dos autônomos, que assumem todos os riscos como *freelancers* e vivem pulando de projeto em projeto. Segundo os autores,

as realidades da instabilidade no trabalho podem ser disfarçadas ao incutir nesta economia política cuidadosamente construída, fundada na diminuição radical do poder sindical por meio de mudanças nas práticas de trabalho e restrições legais, um tom moral e cultural extraído das narrativas românticas de rebelião associadas à vida boêmia do artista que insistia em autonomia, autenticidade, autoexpressividade e um libertarianismo geral (Wayne; Cabral, 2021, p. 4).

Na realidade brasileira, “a análise da meritocracia no Brasil pressupõe a dissecação dos papéis desempenhados pelas classes médias na ascensão da extrema-direita brasileira” (Wayne; Cabral, 2021, p. 12). Os autores complementam a ideia, afirmando que “a classe média se alimenta das migalhas dos privilégios das

elites dominantes e luta para preservá-los. Ela historicamente ocupa um papel de destaque a favor da classe dominante e de seu sistema ideológico” (Wayne; Cabral, 2021, p. 12). Esse movimento, para os autores, tem por trás a meritocracia ideológica, no sentido de colocar o mérito individual como fator de mobilidade de classe. Os autores vão além e destacam que essa consolidação da meritocracia como discurso hegemônico ocorre desde as escolas de classe média. Segundo eles, há escolas de classe média que imitam “as cores, a estrutura física, os símbolos, a estrutura organizacional e os ideais das escolas de elite” (Wayne; Cabral, 2021, p. 16). Concluem que, dessa forma, a classe média encontra o caminho para se aproximar de um estilo de vida desejado.

O cenário descrito acima cria um terreno fértil para, no contexto das organizações, a meritocracia ser aceita, propagada e, assim, tornar-se um traço da cultura organizacional. Está construída assim, a justificativa para a sua aceitação. Resta entender o papel da comunicação nesse processo.

Para estabelecer essa relação, adotamos a visão da comunicação como processo conector em qualquer âmbito da sociedade (Saad, 2021). Para a autora, a comunicação também é um meio conector dos processos de transformação e propõe o conceito de comunicação organizacional ampliada, referente ao contexto interno e externo em que uma organização opera, que ocorre em uma sociedade constantemente conectada, geralmente por meio de ambientes digitais em formatos de rede que atuam como suporte para várias transações e processos sociais. Simultaneamente, esses ambientes consideram os conceitos de centralidade, transversalidade, flexibilidade e

resiliência, propostos pela própria autora e avaliados como que essenciais para a adaptação ao ambiente digital.

Nesse sentido, o papel da comunicação é justamente ser o elemento conector e disseminador da cultura organizacional, tanto interna quanto externamente. Como estamos nos referindo à cultura organizacional, estamos tratando dos seus elementos, ou seja, dos valores, dos pressupostos e das regras de atuação (aceitas ou negadas) de uma organização. Em um cenário propício à ideologia da meritocracia, como descrevemos anteriormente, a comunicação encontra ressonância, podendo funcionar, inclusive, como elemento comprobatório dessa ideologia, quando constrói, dissemina e incentiva a reprodução das histórias de sucesso do mérito individual. Entra aqui os elementos descritos por Freitas (2007) como a saga do herói e as histórias de sucesso e superação de desafios. Por esse motivo, o *olhar de dono*, expressão que estabelece o padrão de desempenho esperado, encontra tanto espaço no discurso difundido pelas altas lideranças das organizações.

Nesse ponto é fundamental refletir sobre o papel do profissional de comunicação. Holtzhausen (2016) afirma que apesar das mudanças provocadas pela nova tecnologia na prática das relações públicas, no contexto da comunicação organizacional, o trabalho desses profissionais basicamente não mudou. Segundo ela, “estes profissionais continuam a gerir a comunicação, a estabelecer relações e são comunicadores profissionais que se comunicam formalmente com os públicos em nome de “entidades comunicativas” (Hallahan *et al.*, 2007, p. 201)<sup>3</sup>. Muitas vezes os profissionais de comunicação acabam apenas dis-

---

<sup>3</sup> Tradução nossa do original: “*Estos profesionales siguen gestionando la comunicación, estableciendo relaciones y son comunicadores profesionales que se*

seminando as grandes conquistas meritocráticas e reforçando o discurso da alta liderança sem avaliar os possíveis impactos nos empregados.

Para Holtzhausen (2016) na pós-modernidade, esse profissional deveria atuar como ativista da organização, promovendo e defendendo a participação ativa dos funcionários nos processos da organização. Conceito contrário ao discurso meritocrático, que valoriza o individualismo. Guimarães e Squirra (2007) apontam para o fato de que o campo da comunicação organizacional tem sido subvalorizado e o papel dos profissionais de comunicação, subestimados. Para os autores, o papel desses profissionais deveria ser o de “facilitadores dos fluxos comunicativos internos, inseridos no ‘útero’ do processo produtivo” (Guimarães; Squirra, 2007, p. 51). Na visão dos autores, é preciso sair da simples produção de produtos comunicativos e assumir um papel crítico no contexto das organizações.

Percebe-se que reproduzir o discurso meritocrático sem considerar os efeitos desse discurso no público interno não deveria ser uma prática da comunicação organizacional. A comunicação precisa ser concebida com o objetivo de conciliar os interesses dos empregados com os da organização, entendendo suas necessidades, suas dores e suas expectativas e, assim, provocar a alta direção a promover mudanças nas políticas e práticas da organização, principalmente quando o discurso meritocrático causa mais danos do que benefícios, tal como demonstrado no exemplo dado no início desse artigo.

Verificamos que, atualmente, quando a alta direção decide adotar a meritocracia como cultura acaba por impor mudanças

---

*comunican formalmente con los públicos en nombre de ‘entidades comunicativas’*  
(Hallahan et al., 2007).

que, em muitos casos, se chocam com a sua real cultura interna, ou seja, apesar de não haver condições para que a meritocracia de fato funcione, os líderes insistem em adotar o sistema. O papel da comunicação deveria ser o de mostrar esse choque cultural e estimular a reformulação da decisão dos líderes e não simplesmente disseminar o discurso meritocrático, pois ao fazer isso acaba acentuando os choques culturais e a insatisfação interna.

## **Considerações finais**

Este artigo foi realizado com a proposta de despertar a reflexão sobre como a meritocracia pode impactar a cultura das organizações brasileiras e qual é o papel da comunicação nesse processo. Trabalhamos, inicialmente, com a hipótese de que a meritocracia ganha espaço no contexto das empresas, pois sua ideologia é apresentada pela comunicação de forma sedutora, por meio de narrativas que destacam a superação de desafios e a vitória daqueles que resistiram. Cria-se um ambiente favorável para incorporar a ideologia ao dia a dia das organizações como a forma mais justa de recompensar o desempenho. Entretanto, percebeu-se que a falta de uma postura crítica por parte dos profissionais de comunicação, ao se tornarem meros reprodutores e disseminadores do discurso da alta liderança, intensifica os conflitos internos, as críticas e a sensação de desigualdade. Como demonstrado, a cultura organizacional não é imposta pela alta liderança; é resultado de uma construção coletiva.

Constatamos, portanto, que, se em 2001 a meritocracia ainda era pouco discutida na sociedade civil, atualmente, esse é

um tema que faz parte da nossa cultura e tem, gradativamente, ganhado espaço nas discussões sobre desigualdade, condições de trabalho e até mesmo de qualidade de vida.

O estudo bibliográfico comprovou, ao menos em parte, a hipótese inicial. Vimos que a visão sobre a meritocracia depende da história, da cultura e das práticas locais. Os Estados Unidos, como expoentes dessa ideologia, exportam suas “benesses” ao resto do mundo. Aqui no Brasil, cuja classe média é altamente influenciada pelos modelos norteamericanos, a meritocracia encontrou espaço para alterar a nossa cultura, sobretudo como forma de justificar as desigualdades sociais tão marcantes em nosso país. A cultura organizacional, em muitas organizações brasileiras, também foi afetada pela meritocracia, tanto nas empresas privadas, quanto nas organizações públicas. Verificamos, inclusive, que a ascensão de governos de extrema-direita teve um papel importante na aceleração dessa disseminação. Em muitos cenários organizacionais o discurso meritocrático acaba potencializando a desigualdade entre os empregados.

Diferente do que foi proposto inicialmente por meio do sistema de hipóteses, a comunicação não cria condições para que a meritocracia ganhe espaço no contexto das organizações, mas funciona como disseminadora dessa ideologia, reforçando sua presença na cultura das organizações, por meio de uma postura funcionalista e instrumental por parte dos profissionais de comunicação que deveriam, na verdade, adotarem uma postura crítica, de consciência do real cenário interno.

Reforçamos que a presente reflexão é o início de estudos mais aprofundados, pois trata de temas bastante complexos e imbricados com questões ainda mais amplas, como as de cunho social e político. Há pontos de contradição importantes e que

representam um terreno fértil para a continuidade dos estudos como, por exemplo, adotar a meritocracia e, ao mesmo tempo, estimular o trabalho em equipe, tão destacado em uma época de desafios complexos que somente talentos individuais não dão conta de responder.

É importante observar o outro lado da moeda, ou seja, a criação de um ambiente avassalador aos empregados, desencadeando doenças, como ansiedade, depressão e *burnout*. Há, ainda, a recente onda de demissões voluntárias observada no berço da meritocracia, os Estados Unidos, em decorrência do ambiente opressor criado no mercado de trabalho. Por fim, vale, novamente, o questionamento sobre o olhar crítico (ou falta dele) por parte dos profissionais de comunicação sobre o cenário interno.

## Referências

BARBOSA, L. **Igualdade e meritocracia**: a ética do desempenho nas sociedades modernas. 3ª ed., Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

BÉHAR, A. H. Meritocracia enquanto ferramenta da ideologia gerencialista na captura da subjetividade e individualizações das relações de trabalho: uma reflexão crítica. *In: Revista Organizações & Sociedade*, v. 26, n. 89, abr./jun. 2019, DOI: 10.1590/1984-9260893.

CASTILLO, J. C.; TORRES, A.; ATRIA, J.; MALDONADO, L. Meritocracia y desigualdad económica: Percepciones, preferencias e implicancias. *In: Revista Internacional de Sociología*, v. 77, n. 1, e117, 2019. DOI: 10.3989/ris.2019.77.1.17.114.

FREITAS, M. E. **Cultura Organizacional**: evolução e crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

GUIMARÃES, A.; SQUIRRA, S. C. de M. Comunicação organizacional e o processo comunicacional: uma perspectiva

dialógica. **Revista FAMECOS**, v. 14, n. 33, 46–52, 2008. DOI: 10.15448/1980-3729.2007.33.3433.

HALLAHAN, K. *et al.* Defining strategic communication. **International journal of strategic communication**, v. 1, n. 1, p. 3–35, 2007.

HOLTZHAUSEN, D. R., Las relaciones publicas y el giro posmoderno en la teoría de las organizaciones. *In: Las Relaciones Públicas como activismo*. Enfoques pós-modernos. Barcelona: Editorial UOV, 2016.

LINHART, D. Modernização e precarização da vida no trabalho. *In: ANTUNES, R. (org.). Riqueza e miséria do trabalho no Brasil III*. São Paulo: Boitempo: 2014.

SAAD, E. Comunicação organizacional e transformação digital: novos cenários, novos olhares. *In: TERRA, C.; DREYER, B. M.; RAPOSO, J. F.(org.). Comunicação organizacional: práticas, desafios e perspectivas*. 1ª ed., São Paulo: Summus, 2021.

SCHEIN, E. Uma nova concepção de cultura organizacional. **Sloan Management Review**, v. 25, n. 2, 1984.

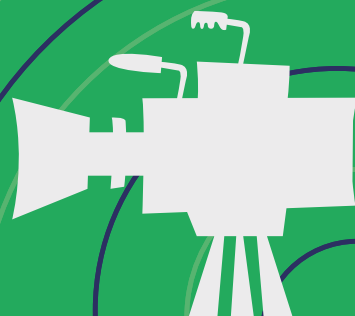
WACHELKE, J. R.; PAGLIATO GUARATO, L. M. M.; RAMOS SILVA, A. B.; SARAIVA VIEIRA, N. R. Causas da pobreza, meritocracia e igualdade: um estudo de crenças de adolescentes como mediação social. **Mediaciones Sociales**, n. 19, e65133, 2020. DOI: 10.5209/meso.65133

WAYNE, M.; CABRAL, V. N. de. Capitalismo, Classe e Meritocracia: um estudo transnacional entre o Reino Unido e o Brasil. **Educação & Realidade** [online], v. 46, n. 3, e117535, 2021. DOI: 10.1590/2175-6236117535.



## CAPÍTULO 5

# Educomunicação socioambiental e arte: pesquisa documental <sup>1</sup>



**Resumo:** Trata-se de uma pesquisa documental sobre legislações que exploram a Educomunicação socioambiental, tanto do Programa Nacional de Educação Ambiental, quanto o do Estado de São Paulo, verificando as possibilidades complexas, podendo se valer da área de intervenção Expressão Comunicativa por meio da Arte, a fim de pensar a complexidade da inter e transdisciplinaridade, buscando possibilidades de aplicação da educomunicação socioambiental e a área de Expressão Educomunicativa por meio da arte, contrapondo-se aos moldes neoliberais e tecnicistas.

**Palavras-chave:** Educomunicação socioambiental. Arte. Legislação. Complexidade.

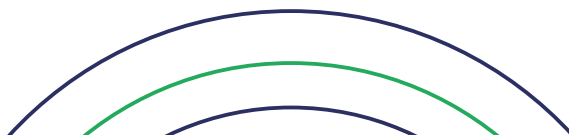
## **Introdução**

Tendo em vista o contexto de educação tecnicista pautada no neoliberalismo (Laval, 2004), e as problemáticas socioambientais decorrentes do sistema capitalista, bem como o currículo proposto na Base Nacional Comum Curricular (BNCC) referente ao Novo Ensino Médio, percebemos que a

---

1 Trabalho apresentado à *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28 a 30 de março de 2023.

2 Mestranda em Ciências da Comunicação, USP/SP, na linha de pesquisa Interfaces da Comunicação, orientanda do Prof. Dr. Claudemir Edson Viana. Desde 2016 é Executivo Público da Secretaria Estadual de Educação de São Paulo (cargo efetivo), acumulando com a função de professor eventual na E.E. Prof.<sup>a</sup> M<sup>a</sup> de Lourdes Aranha de Assis Pacheco em 2022. Desde 2017 é associada à ABPEducom. E-mail: [duarte.daniely@gmail.com](mailto:duarte.daniely@gmail.com).



educomunicação pode aproveitar-se do discurso pautado no protagonismo do educando, na inter e transversalidade do currículo voltado para a Educação Ambiental, bem como da área de Linguagens e suas Tecnologias (Soares, 2018), percebendo o potencial da Expressão Comunicativa por meio da Arte (Silva, 2016; 2021).

Assim, nos propomos a realizar uma pesquisa documental, relacionada à legislação da Educação Ambiental em contexto nacional e estadual de São Paulo, como uma das etapas do projeto *Saindo da caixa: educomunicação socioambiental e arte no contexto do Novo Ensino Médio*, o qual busca romper com o modelo de educação neoliberal no contexto da Rede Estadual de Ensino de São Paulo, nos moldes educacionais.

Nesta etapa, nosso objetivo é verificar na legislação e documentos normativos relacionados à Educação Ambiental, pressupostos que tratam da inter e transdisciplinaridade, buscando possibilidades de aplicação da educomunicação socioambiental e a área de Expressão Educomunicativa por meio da arte.

Para tanto, utilizou-se a análise de conteúdo de Bardin (1977), examinando categorias de complexidade, inter e transdisciplinaridade, assim como pressupostos da educomunicação.

Diante disso, dividimos nosso texto nos seguintes tópicos: i) Política de Educação Ambiental Nacional e Estadual de São Paulo: em busca de possibilidades educacionais; ii) Educomunicação Socioambiental e Expressão Comunicativa por meio da Arte: religando saberes em prol da complexidade, inter, multi e transdisciplinaridade; iii) Resultados.

## Política de Educação Ambiental Nacional e Estadual de São Paulo: em busca de possibilidades educacionais

Para iniciar nossa análise, utilizamos como referência o trabalho de Alves e Viana (2021), por mapear as políticas públicas em educação ambiental que abordam a educação no Brasil, as quais aproximam-se da área de Educação Ambiental Crítica e Emancipatória, pautadas nos princípios freirianos.

Assim, verifica-se que dentro das Políticas Públicas relacionadas à Educação Ambiental aparecem os termos *Educomunicação* ou *Educomunicação Socioambiental*, como vemos na síntese do quadro 1 abaixo:

**Quadro 1** – Programas/Diretrizes

Documentos	Termo utilizado	Forma de apresentação
<b>Programa Nacional de Educação Ambiental – ProNEA</b>		
Brasil-MMA-MEC (2014; 2005)	Educomunicação socioambiental	Destaca a criação da Rede de Educomunicação Socioambiental, em 2004, durante o V Fórum Brasileiro de Educação Ambiental.
<b>Programa de Educomunicação Socioambiental</b>		
Brasil-MMA (2008); Brasil-OGPN (2005)	Educomunicação socioambiental	Apresentada como política integrada de comunicação ambiental no âmbito do ProNEA, na linha de ação “Comunicação para a educação ambiental”.
<b>Programa Vamos Cuidar do Brasil com as Escolas</b>		
Lopes, Melo e Barbosa (2012); Mello e Trajber (2007)	Educomunicação	Apresentada como estratégia para a democratização da comunicação, envolvendo a produção comunicativa no ensino formal e; como possibilidade de contribuição para a construção de relações entre os sujeitos e com o meio ambiente.

Documentos	Termo utilizado	Forma de apresentação
<b>Estratégia Nacional de Comunicação e Educação Ambiental em Unidades de Conservação – ENCEA</b>		
Brasil-MMA-ICMBio (2011)	Educomunicação Socioambiental	Apresentada como estratégia para o estímulo à prática de comunicação participativa e coletiva com foco educativo na gestão ambiental, em especial de unidades de conservação.
<b>Programa de Educação Ambiental e Agricultura Familiar – PEAFA</b>		
Brasil-MMA (2015)	Educomunicação	Apresentada como estratégia pedagógica voltada à democratização do acesso aos meios de comunicação e à informação.
<b>Resolução Conselho Nacional do Meio Ambiente n° 422</b>		
Brasil-CONAMA (2010)	Educomunicação	Apresentada como diretriz para a abordagem de campanhas, projetos e ações de comunicação e educação ambiental, visando a gestão e difusão de conhecimentos que considerem e valorizem as diferentes experiências e realidades socioambientais brasileiras.
<b>Resolução Conselho Nacional de Educação n° 02</b>		
Brasil-CNE (2012)	Educomunicação	Apresentada como estratégia para o estímulo ao uso de recursos tecnológicos na aprendizagem e de diferentes linguagens para a produção e socialização de ações e experiências coletivas no âmbito do planejamento curricular e da gestão das instituições de ensino.

Fonte: Alves e Viana (2021, p. 115).

Dessa maneira, ao nos debruçarmos sobre a regulamentação da Educação Ambiental no Estado de São Paulo, a saber, a Lei n° 12.780/2007, verificamos também a presença do termo Educomunicação em seu Artigo 7° e 22.

Além disso, comparamos o dispositivo legal estadual com o nacional, a saber, com a Lei n° 9.795/1999, de modo que na lei nacional não há referência à educomunicação, o que é justi-

ficável tendo em vista que a denominada “pesquisa fundante”, de Ismar de Oliveira Soares foi publicada na revista Contato no mesmo ano. Todavia, encontramos vários princípios e termos comuns ao *novo campo*.

Além disso, encontramos termos que também relacionam-se com a visão ampla de meio ambiente e conhecimento tendo em vista a complexidade de Edgar Morin (2000, 2005).

Dessa maneira, organizamos tais termos no Quadro 2, comparativo das duas legislações abaixo:

**Quadro 2** – Comparativo de termos pertinentes à Educomunicação e à Complexidade

Termo	Lei n° 9.795/1999	Lei N° 12.780/2007
Relacionado à Educomunicação e/ou à Complexidade	N° de vezes que aparece e artigos entre parênteses	
Comunicação	2 (arts. 3° e 13)	6 (arts. 7°, 8°, 9°, 11 e 22 – inc. I e III)
Socioambiental	-	10 (arts. 7°, 13, 17 – 7 vezes, e 18)
Participação	8 (arts. 4°, 8°, 13 – caput, inc. II, III, § 2° – inc. I, IX, 15)	8 (arts. 9° – inc. IV e V, 13, 19, 22 – inc. IV, V, VI, XVII)
Cidadania	2 (art. 5° – inc. IV e VII)	3 (art. 9° - inc. IV, V, X)
Cooperação	1 ( art. 5°)	3 (arts. 8° e 9° – inc. VI, XII)
Coletiva	2 (arts. 3° e 4°)	3 (arts. 3°, 7° e 21)
Coletivos	-	9 (art. 9° – 3 vezes no inc. XII; art. 10 – 3 vezes; art. 22 – inc. II, V e X)
Solidariedade	2 (art. 5° - ins. V e VII)	2 (arts. 8° e 9°)
Transversal	-	2 (art. 7° e 16)
Interdisciplinar	1 (art. 3°)	1 (art. 7°)
Interdisciplinaridade	1 (abreviado no art. 4°, inc. III)	1 (art. 8°)

Termo	Lei nº 9.795/1999	Lei Nº 12.780/2007
Relacionado à Educação e/ou à Complexidade	Nº de vezes que aparece e artigos entre parênteses	
Multidisciplinaridade	1 (abreviado no art. 4º, inc. III)	1 (art. 8º)
Transdisciplinaridade	1 (art. 4º, inc. III)	1 (art. 8º)
Democrático /Democratização	1 cada (art. 4º, inc. I e II)	1 cada (art. 8º e 9º, respectivamente)

Fonte: Elaborado pela autora.

Percebe-se que a maioria dos termos são comuns em ambas as legislações, de forma coerente aos pressupostos emancipatórios da Educação Ambiental em geral, bem como às ideias de Edgar Morin quanto à complexidade, inter, multi e transdisciplinaridade, mas parece que a lei paulista, embora até repita boa parte do texto da lei nacional, passa a carregar a influência das outras normas e programas que, desde 2005, passam a valer-se da educomunicação.

Assim, os termos *socioambiental*, *coletivos* e *transversal* que não estavam na lei federal, são inseridos na lei estadual. Para além disso, outros têm seu número aumentado, como é o caso da *comunicação* — que passa de duas para seis; *cidadania* — que passa de duas para três; *cooperação* — que passa de uma para três; e *coletiva* — que passa de duas para três.

Portanto, verifica-se também a presença de nomenclaturas, conceitos e princípios presentes na práxis educacional, tais como comunicação, *participação*, *cidadania*, *cooperação*, *coletivos*, *solidariedade*, *democrático*, e ainda, outros nessa interface entre complexidade/educomunicação, a saber: *socioambiental*, *transversal*, *interdisciplinar*, *interdisciplinaridade*, *multidisciplinar*, *trans-*

*disciplinaridade*, ligados aos *sete saberes necessários à educação do futuro* (Morin, 2000), os quais são: i) saber que o conhecimento está propício ao erro; ii) saber ligado ao conhecimento pertinente; iii) saber se conhecer como ser humano multidimensional; iv) saber sua identidade terrena; v) saber enfrentar as incertezas; vi) saber pôr em prática a compreensão; vii) saber pôr em prática a ética do gênero humano.

Assim, dentre as muitas críticas apontadas por Morin (2000), a da fragmentação do conhecimento por meio da disciplinarização é a que nos remete a possibilidade de valer-se de áreas que foram separadas, mas que fazem parte da complexidade e da multidimensionalidade humana, religando saberes em prol de um conhecimento que se faça pertinente na resolução de problemas que também se demonstram complexos, como os de caráter socioambiental e mesmo os que a educomunicação busca contribuir, tendo em vista seus pressupostos emancipatórios.

## **Educomunicação socioambiental e Expressão Comunicativa por meio da Arte: religando saberes em prol da complexidade, inter, multi e transdisciplinaridade**

A educomunicação socioambiental surge no cenário brasileiro dentro do contexto das políticas públicas e apresentando-se como uma alternativa emancipatória para a promoção de práticas educacionais nos moldes das epistemologias do Sul (Santos, 2016; 2021). É definida por Costa (2008, p. 10) como um “conjunto de ações e valores que correspondem à dimensão pedagógica dos processos comunicativos ambientais, marcados pelo dialogismo, pela participação e pelo trabalho coletivo”.

Por outro lado, a Expressão Comunicativa por meio da Arte, configura-se como uma das sete áreas de intervenção da educomunicação, tema de mestrado e doutorado de Silva (2016; 2021) na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP, o qual define a área juntamente com Viana (2019), conforme segue:

A área de intervenção Expressão Comunicativa por meio da Arte visa a reflexão, a expressão e a produção na práxis educomunicativa, conectadas com o âmbito da estesia na busca por experiências estéticas, completas e transformadoras. Entende-se que o sensível e o emocional são tão importantes quanto o racional enquanto formas de conhecimento e, justamente por trabalhar em camadas do conhecimento diferentes do racional, essa área permite processos de criar, expressar e experimentar qualitativamente mais profundos (Silva; Viana, 2019, p. 17).

Assim, conforme vimos nas legislações analisadas, a Educação Ambiental brasileira e estadual de São Paulo defendem a inter, multi e transdisciplinaridade, levando em conta uma visão ampla do meio ambiente, considerando as relações humanas com seu meio, de um modo complexo, valendo-se de termos e princípios que estão presentes na educomunicação.

Enquanto isso, no âmbito da educação formal, na qual atuamos, tendo em vista o contexto do Novo Ensino Médio, percebemos contradições, limitações e exclusões, inclusive quanto ao acesso a conhecimentos que estão desprestigiados, como é o caso da arte, em prol de um regime neoliberal; tal como apontam 31 artigos publicados de 2017 a 2023, dos quais destacamos uma amostragem de seis, de acordo com os assuntos pertinentes nesta proposta, a saber: i) que tratavam da questão de modo

mais amplo; ii) que refletisse a partir da perspectiva da educação do Estado de São Paulo, descritos no Quadro 3 abaixo:

**Quadro 3** – Artigos sobre o Novo Ensino Médio  
(Amostragem de 2017 a 2023)

Título	Ano	Autores por sobrenome
Super relativismo e novo currículo do ensino médio brasileiro	2017	Jesus; Santos; Cardin
O Novo Ensino Médio de tempo integral: reducionismo, privatização e mercantilização da educação pública em tempos de ultraconservadorismo	2019	Soares
Educação e democracia: Base Nacional Comum Curricular e novo ensino médio sob a ótica de entidades acadêmicas da área educacional	2019	Costa; Silva
EducaçãoTM: discussões sobre o “Novo Ensino Médio” do Brasil	2019	Ferreira
Novo Ensino Médio: desafios e expectativas	2023	Rodrigues; Cunha; Manske
O Novo Ensino Médio Paulista: velhas propostas de manutenção da dualidade estrutural e da precarização do ensino	2022	Carvalho; Cavalcanti

Fonte: Elaborado pela autora.

Em todos há críticas com relação ao *Novo Ensino Médio*, posto a partir da Lei nº 1.415/2017, seja pela questão curricular, empobrecida com a obrigatoriedade apenas de Português e Matemática, seja pela questão de interesses privados, mercadológicos e neoliberais, cujas *consultorias* de setores advindos do setor privado, deixam claro que *a propaganda é enganosa*, tendo em vista que disfarça de protagonismo estudantil, quando se fala em itinerários formativos, os quais teriam o poder de escolha, mas acentua ainda mais as desigualdades educacionais sociais, onde as classes trabalhadoras não terão acesso ao mínimo que antes tinham acesso apenas pela escola.

Diante disso, assim como Soares (2018) que, apesar de um cenário contraditório, percebeu as possibilidades de adentrarmos às brechas do discurso da BNCC, a fim de promover uma educação emancipatória, também visualizamos a potencialidade de nos valermos da legislação e políticas públicas de Educação Ambiental, a fim de trabalharmos com inter, multi e transdisciplinaridade, em modo colaborativo com a área de intervenção Expressão Comunicativa por meio da Arte, a qual merece uma oportunidade de juntar-se à arte, em projetos de intervenção educacionais, enquanto aguardamos uma revogação tanto da Lei nº 1.415/2017, quanto da BNCC, tendo em vista que encontram-se em pauta no Congresso Nacional.

Afinal, com a arte, a perspectiva de incluir o emocional e o sensível alinha-se com as ideias de Morin (2000; 2005), bem como de Leff (2004), para os quais é importante ir além do racionalismo, considerando a complexidade humana, cultural e social, em oposição à simplificação que mutila e limita novas possibilidades. Nas palavras de Morin (2000, p. 43):

A inteligência parcelada, compartimentada, mecanicista, disjuntiva e reducionista rompe o complexo do mundo em fragmentos disjuntos, fraciona os problemas, separa o que está unido, torna unidirecional o multidimensional. É uma inteligência míope que acaba por ser normalmente cega. Destrói no embrião as possibilidades de compreensão e reflexão, reduz as possibilidades de julgamento corretivo ou de visão a longo prazo. Por isso, quanto mais os problemas se tornam multidimensionais, maior a incapacidade de pensar sua multidimensionalidade; quanto mais a crise progride, mais progride a incapacidade de pensar a crise; mais os problemas se tornam

planetários, mais eles se tornam impensáveis. Incapaz de considerar o contexto e o complexo planetário, a inteligência cega torna-se inconsciente e irresponsável.

Nessa esteira, a fim de buscar trabalhos dentro desta inter-relação, o artigo *Educomunicação socioambiental e arte: análise de publicações acadêmicas* (Duarte; Lima, 2023), a partir da amostra de 21 artigos publicados entre 2005 e 2021 com o termo *educomunicação socioambiental*, observou que em nove deles havia relações com alguma linguagem artística, ou seja, uma representatividade de aproximadamente 43%, o que demonstra que essa possibilidade já vem sendo explorada, conforme figura 1 abaixo:

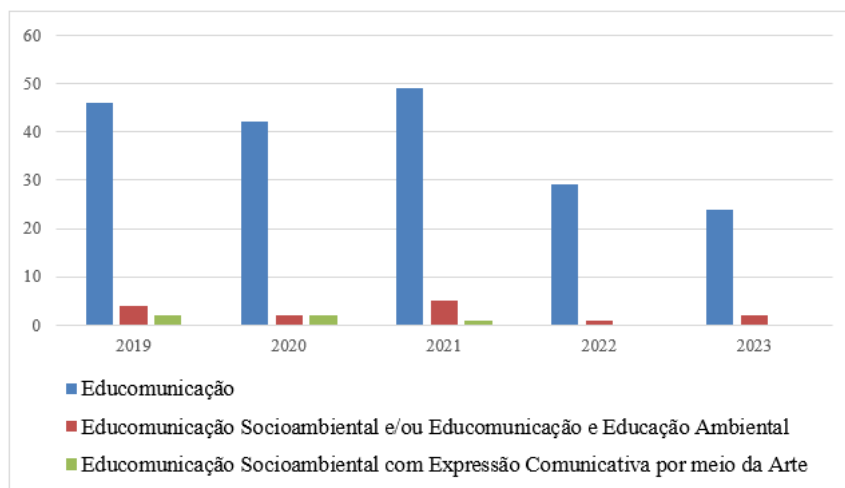
**Figura 1** – Artigos analisados



Fonte: Duarte e Lima (2023, p. 103).

Ao analisar o catálogo de teses e dissertações da CAPES de 2019 a 2023, observamos os trabalhos de educomunicação que usam a educomunicação socioambiental, e se há uma representatividade na utilização de alguma linguagem artística, demonstrando o potencial da aplicabilidade da área de intervenção Expressão Comunicativa por meio da Arte nesta inter-relação, nos dando o seguinte resultado exposto na Figura 2 a seguir:

**Figura 2** – Teses e Dissertações da CAPES em Educomunicação e Educomunicação Socioambiental (2019 a 2023)



Fonte: Elaborada pela autora.

Diante disso percebemos que, de um total de 190 (cento e noventa) trabalhos que tratam da educomunicação, 14 refere-se à educomunicação socioambiental e/ou à educomunicação e educação ambiental, dentre os quais cinco aplicam alguma linguagem artística, demonstrando que pouco mais de um terço (35,71%) fazem uso dessa interface.

Para melhor visualização, segue o Quadro 4 a seguir:

**Quadro 4** – Teses e Dissertações da CAPES em Educomunicação e Educomunicação Socioambiental

Ano	Educomunicação	Educomunicação Socioambiental e/ou Educomunicação e Educação Ambiental	Educomunicação Socioambiental com Expressão Comunicativa por meio da Arte
2019	46	4	2
2020	42	2	2

Ano	Educomunicação	Educomunicação Socioambiental e/ou Educomunicação e Educação Ambiental	Educomunicação Socioambiental com Expressão Comunicativa por meio da Arte
2021	49	5	1
2022	29	1	0
2023	24	2	0
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>14</b>	<b>5</b>

Fonte: Elaborada pela autora.

Dessa maneira, percebe-se a despeito dessa inter-relação já ter sido explorada, nos últimos dois anos houve um esvaziamento no caso das teses e dissertações, mostrando-se necessário repensá-la, assim como promover novas pesquisas na área, em especial, atrelando-se à educação formal, neste contexto nebuloso da nossa história, especificamente com relação à implantação do modelo neoliberal tão combatido por Laval (2004), presentes tanto na nossa BNCC quanto no Novo Ensino Médio, apesar de estar em debate no Congresso Nacional, bem como na especificidade do currículo paulista.

## Resultados

Após análise, percebemos que ao religar áreas distintas nos moldes de Morin (2000; 2005), de modo inter, multi e transdisciplinar, abre-se espaço para trabalhar com a educomunicação socioambiental de modo colaborativo, a saber, juntando-a com a expressão comunicativa por meio da arte, como já tem sido feito em alguns trabalhos, mas que têm se esvanecido nos últimos anos. Deste último fato, podemos levantar uma hipótese sobre o desmonte no Ministério do Meio Ambiente no

governo anterior de Jair Bolsonaro. Contudo isso seria tema de um outro trabalho.

Diante disso, se fazem necessárias novas pesquisas que aprofundem essa e outras problemáticas. Todavia, apontamos para uma das muitas possibilidades de romper com as contradições, limitações e exclusões do currículo pautado no neoliberalismo apontado por Laval (2004), ao trabalhar, por exemplo, pelo viés da educomunicação em vias complexas, religando saberes como na proposição da interface que ora apresentamos.

## Referências

ALVES, B. T.; VIANA, C. E. Interface entre Educaomunicação e Educação Ambiental nas políticas públicas e em teses e dissertações brasileiras. *In: COSTA, R. N. et al. Imaginamundos: Interfaces entre educação ambiental e imagens*. Macaé: Editora NUPEM, 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CARVALHO, C. P. F.; CAVALCANTI, F. O Novo Ensino Médio Paulista: velhas propostas de manutenção da dualidade estrutural e da precarização do ensino. *Educ. Form.*, Fortaleza, v. 7, e7317, 2022. Disponível em [http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-35832022000100102&lng=pt&nrm=iso](http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-35832022000100102&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 06 out. 2023.

COSTA, M. O.; SILVA, L. A. Educação e democracia: Base Nacional Comum Curricular e novo ensino médio sob a ótica de entidades acadêmicas da área educacional. *Revista Brasileira de Educação*, v.24, ed.240047, p. 1–23, 2019.

DUARTE, D. S.; LIMA, E. L. Educomunicação socioambiental e arte: análise de publicações acadêmicas. *In: SOARES, I. O. et al. (org.). Educomunicação e Educação Midiática nas Práticas Sociais e Tecnológicas pelos Direitos Humanos e Direitos da Terra*. São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais em Educomunicação, 2023, p. 89–110.

LAVAL, Ch. **A Escola não é uma empresa**: o neo-liberalismo em ataque ao ensino público. Londrina: Editora Planta, 2004.

LEFF, E. **Aventuras da epistemologia ambiental**: da articulação das ciências ao diálogo de saberes. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2005.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez; Brasília, Unesco, 2000.

SILVA, M. **A contribuição da Abordagem Triangular do Ensino das Artes e Culturas Visuais para o desenvolvimento da epistemologia da Educomunicação**. 2016. 106 f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

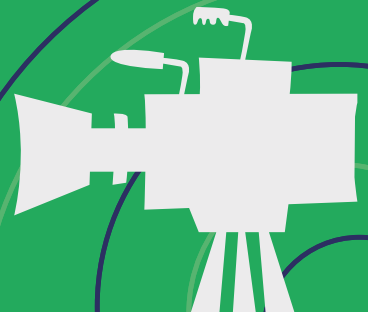
SILVA, M. **Cartas a Teodora**: confluências entre a Abordagem Triangular do Ensino das Artes e Culturas Visuais e a Educomunicação para uma arteducomunicação decolonial. 2021. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

SOARES, I. O. Educomunicação, paradigma indispensável à renovação curricular no ensino básico no Brasil. **Comunicação & Educação**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 7–24, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/144832>. Acesso em: 21 fev. 2023.



## CAPÍTULO 6

# Presença de Electra em *Avenida Brasil*: da tragédia grega à telenovela



**Resumo:** Estudo narratológico sobre as influências da tragédia grega da personagem Electra na dramaturgia de *Avenida Brasil*, uma das telenovelas de maior sucesso recente, a fim de investigar os efeitos de sentido que os discursos da narrativa original produziram nas audiências do Brasil de 2012. Para tal, se vale de um procedimento descrito como *metodologia canibal*: o emprego de uma *autoetnografia da leitura da telenovela* disponível no *streaming*, um *caderno virtual de campo e cartografias da narrativa*.

**Palavras-chave:** Telenovela. Tragédia. Discursos. Narrativas. Dramaturgia.

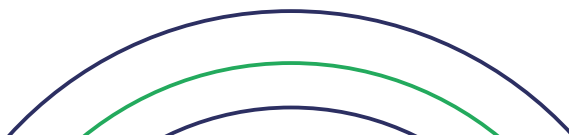
## Introdução

Há uma *presença de Electra* na narrativa de *Avenida Brasil*, telenovela de João Emanuel Carneiro, exibida na Globo entre 26 de março e 19 de outubro de 2012, e que entrou para a história como um marco das produções do gênero, sobretudo por representar a ascensão da nova classe média brasileira e pelos modos como engajou a recepção. *Avenida Brasil* oferece riqueza para o estudo das telenovelas enquan-

---

1 Leonardo de Sá Fernandes é formado em jornalismo pela Universidade de São Paulo, e em Dramaturgia pela SP Escola de Teatro. Atualmente é mestrando no PPGCOM/USP, orientado pela Prof.ª Dr.ª Maria Immacolata Vassalo de Lopes, e bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). É pesquisador do Centro de Estudos da Telenovela (CETVN).

2 O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).



to *narrativa da nação* (Lopes, 2003) tanto por ter se tornado um espelho de seu tempo como por sua trajetória comercial, acompanhada de números grandiosos: tornou-se um fenômeno de audiência na historiografia recente do gênero, ao atingir média de 38.71 pontos segundo o IBOPE, alcançando o posto de segunda telenovela na história, na faixa das 21:00 horas, a chegar neste índice (Fischer; Nascimento, 2013). Também foi uma das telenovelas de maior exportação, vendida posteriormente para mais de 130<sup>3</sup> países. E parte de seu sucesso e inovação se relaciona à recepção e discussão da telenovela na internet e ao *culto dos fãs online* (Greco, 2016), tornando-a um dos principais exemplos de apropriação narrativa pelas audiências digitais na televisão brasileira.

Nossa pesquisa, desenvolvida como uma dissertação de mestrado no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM/USP) tinha como intuito estabelecer um estudo narratológico da referida telenovela, comparando sua narrativa central à tragédia grega da personagem Electra, tomando como *corpus* os textos clássicos de Eurípedes, Ésquilo e Sófocles. Parte de seu estímulo inicial deve-se a uma hipótese secundária, isto é, de que a *presença de Electra* na verdade é um fenômeno que se observa na produção ficcional contemporânea como um todo — caracterizado por uma recorrência das narrativas de vingança protagonizadas por figuras femininas, heroínas cuja iconografia desmonta a *performance de gênero* (Butler, 2019) ao empregar um *corpo*

<sup>3</sup> Fonte: Memória Globo. Disponível em: [encurtador.com.br/gyPS6](http://encurtador.com.br/gyPS6). Acesso em: 10 jul. 2021.

*violento* (Sousa, 2007), e cuja saga tem como objetivo honrar a morte do pai, envolvendo, via de regra, a destruição do arquétipo da rainha-mãe.

De modo que, inicialmente, a investigação a que nos propusemos almejava correr em paralelo: por um caminho, centralizava-se sobre uma análise dos discursos presentes nas narrativas de *Avenida Brasil*; por outro, buscava compreender as releituras de Electra e quais efeitos de sentido sua tragédia oferecia para a elaboração de uma mitopoética das cidades e consequente construção do *ethos* humano (Patrício, 2019). Portanto, nosso objetivo central era encontrar o ponto de contato entre um caminho e outro, e a hipótese que nos movia era que parte do sucesso da telenovela surgia da identificação das audiências do Brasil de 2012 com a narrativa da vingança, especialmente dirigida às elites, que, em *Avenida Brasil*, longe de serem almejadas, eram ridicularizadas pelos moradores do Divino, bairro fictício e cenário da trama.

Nossa principal referência epistemológica neste percurso foi a *teoria barberiana da comunicação*, tal qual enunciada por Lopes (2018), em que pese sua aproximação com os conceitos desenvolvidos por Gilles Deleuze e Félix Guattari em *Mil Platôs* (1995). Interessava-nos, portanto, à luz da teoria do rizoma e dos enunciados de Jesús Martín-Barbero, pensar a partir das brechas, das frestas e refletir sobre a relação entre as matrizes culturais e os formatos industriais, empregando, como método de representação do conhecimento, *mapas teórico-metodológicos*. Em uma perspectiva teórica, as obras de Gilles Deleuze, Félix Guattari e Roland Barthes (2011) constavam como uma possibilidade pós-estruturalista para

pensar questões referentes à linguagem, às narrativas e os afetos e afetações da ficção.

Carecíamos, entretanto, de uma metodologia mais aprofundada que pensasse o modo de promover essa análise. Isto é, como aproximar-se da telenovela *Avenida Brasil* doze anos após sua exibição, e como levantar e identificar elementos em sua narrativa que corroborassem uma compreensão mais aprofundada da *presença de Electra* nas ficções contemporâneas? Ao longo de nosso percurso, pudemos ampliar nossos horizontes metodológicos a fim de estabelecer uma abordagem mais criativa para nossa aproximação do objeto, bem como percorrer novos critérios de análise a respeito dos resultados obtidos e que constituem a presente pesquisa. Chegamos, portanto, à ideia de uma *metodologia canibal*: uma aproximação entre a teoria barberiana da comunicação e os elementos possíveis para uma *análise pós-estrutural da narrativa*, lançando mão de métodos e técnicas próprios à antropologia, cujo intuito final seria também estabelecer uma proposta que pudesse ser usada para o estudo de outras obras de ficção seriada disponíveis nos serviços de *streaming*. Adiante, explicaremos melhor tal modelo.

## **Em busca de uma metodologia canibal**

Tendo como referência as *Metafísicas canibais* (2018), do antropólogo Eduardo Viveiros de Castro, e seu diálogo com a noção de *devenir*, presente na obra de Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995), escolhemos o adjetivo *canibal* em sua concepção cultural, isto é, como um procedimento de assimilação das características do objeto que também leva em con-

sideração os afetos e afetações decorrentes do contato entre este e o pesquisador. Uma mesma perspectiva também se encontra na *teoria barberiana da comunicação* (Lopes, 2018), bem como em outros textos de Jesús Martín-Barbero, de modo que nosso intuito, no diálogo com todos estes autores, seria elaborar uma metodologia a partir de uma perspectiva epistemológica pós-estruturalista e decolonial.

Em linhas gerais, seus pressupostos envolvem *antropofagizar o objeto*, tornando o pesquisador o próprio receptor e colocando-o em situação, como se o contato com a obra audiovisual fosse uma entrada em campo. Influenciados pelo método etnográfico, estipulamos que, em posse da íntegra do seu *corpus*, o pesquisador deve construir um caderno de campo, no qual registrará uma *autoetnografia da recepção*. A cada capítulo/trecho/cena assistido, deve registrar, em primeira pessoa, suas impressões pessoais a partir da assistência sistemática da ficção seriada. Sua atenção deve estar voltada para três eixos principais: a dramaturgia (personagens, narrativas, conflitos, ações e desenlaces), a imagem (objetos de cena, cenários, figurinos, iluminação e direção de câmera) e o som (sonoplastia diegética e extradiegética, ruídos, músicas e ambiências). O registro no caderno de campo deve buscar uma escrita em fluxo, isto é, abolir as eventuais autocensuras e a tentativa de constituir uma linguagem científica. O caderno de campo, portanto, é um espaço de rascunho.

A partir de então, tendo etnografado nossa recepção dos 179 capítulos da telenovela *Avenida Brasil*, disponível na plataforma Globoplay, entre os meses de maio de 2021 e fevereiro de 2022, resgatamos da teoria barberiana da co-

municação a noção de mapas teórico-metodológicos como método de exposição do conhecimento. Nos propusemos a cartografar as narrativas, relendo as anotações a fim de compreender o material que as institui, e elaboramos um mapa da jornada de Nina, protagonista de *Avenida Brasil*, ao longo da telenovela (Figura 1).

**Figura 1** – Mapa da jornada de Nina em Avenida Brasil



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Também realizamos o mesmo procedimento de conversão dos expedientes narrativos em cartografias com as obras clássicas que compunham nosso *corpus* (os textos de Eurípedes, Ésquilo e Sófocles), resultando em um mapa dos aspectos da presença de Electra (Figura 2):

**Figura 2** – Mapa dos aspectos da presença de Electra



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

Mais adiante, no decorrer da pesquisa, ao travarmos contato com a obra da psicanalista Maureen Murdock (2013) e a noção da *jornada da heroína* que ela elabora, realizamos também uma cartografia de seus estágios (Figura 3). Deste modo, pudemos estabelecer *três mapas principais* – um da trajetória de Nina, protagonista de *Avenida Brasil*, outro de Electra, protagonista das obras clássicas e, por fim, um terceiro, da heroína contemporânea de acordo com Murdock. Através de tais mapas, divididos sempre em 10 etapas, foi possível apontar uma relação de comparação entre todas essas figuras, a fim de refletir sobre os aspectos que se reproduzem em suas narrativas, mas também sobre as pequenas dessemelhanças que se instauram.

**Figura 3** – Mapa da heroína (Murdock)



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

## **Avenida Brasil e Electra, uma heroína no subúrbio carioca**

A narrativa de *Avenida Brasil* está centralizada na trajetória de vingança de Rita/Nina (Débora Falabella), que busca fazer justiça pela morte do pai, Genésio (Tony Ramos) e tem como alvo sua madrasta, Carminha (Adriana Esteves). Largada por Carminha em um lixão ainda criança, a órfã jura se vingar dela. No exílio, Rita muda de identidade — torna-se Nina — e retorna adulta ao cenário da trama — o bairro do Divino — onde agora Carminha é a primeira-dama, casada com o ex-craque de futebol Tufão (Murilo Benício). Nina, que na Argentina era uma chef de cozinha, adentra a mansão do jogador sob o pre-

texto de trabalhar como cozinheira e, oferecendo noções de erudição e se aproveitando de seu capital cultural (Bourdieu, 1986), conquista a confiança de todos enquanto angaria provas para sua vingança. O embate entre as rivais — e boa parte das relações de poder expressas na trama — reproduz o tensionamento e as ambivalências entre ostentação e erudição que atravessam o protagonismo dessa nova classe média.

Tomando os pressupostos metodológicos que descrevemos no tópico anterior, nosso trabalho de análise das narrativas de *Avenida Brasil* se constituiu, sobretudo, a partir da jornada de Nina, a fim de estabelecer os pontos de contato possíveis entre tais narrativas e a *presença de Electra*. Para situar nossa argumentação, retomemos brevemente o enredo da tragédia: esta heroína homônima desempenha uma vingança em memória do pai, o rei Agamêmnon, assassinado por sua mãe, a rainha Clitemnestra e seu amante, o rei Egisto. A execução de sua vingança impacta o cenário político naquele âmbito, uma vez que implica na destituição do rei e da rainha, as principais figuras de poder na cidade-Estado. Como nos faz lembrar Jérôme Bruner (2014, p. 36),

[...] na terceira peça da série, *Eumênides* [Ésquilo] faz-se com que a própria Atena intervenha, propondo a criação de uma Atenas onde o júri (no plano da ação) evite que a vingança (no plano da consciência) troque novamente de mãos (no plano da ação).

Ou seja, em linhas gerais, a trajetória de Electra se insere numa narrativa de sucessivas vinganças, mas, estranhamente

interrompe este ciclo, uma vez que culmina no estabelecimento da justiça.

Nossa hipótese, tomando como referência a teoria da *jornada da heroína* (Murdock, 2013) é que tal presença de Electra corresponde não só a um determinado padrão narrativo, mas também a uma necessidade dos tempos de estabelecer um modelo de trajetória alternativo ao gênero masculino, pensando em aspectos intrínsecos para as heroínas mulheres, seja dentro ou fora da ficção. Deste modo, com a presença de Electra, o que vislumbramos é propor uma releitura da jornada da heroína de Murdock sob o prisma da complexidade narrativa, tendo em vista que Electra carrega em si traços de anti-heroína, avessa às expectativas de recato, amor romântico e fertilidade que recairiam sobre as tradicionais donzelas.

Ainda assim, não precisamos nos distanciar muito da jornada original proposta por Murdock para já ali encontrar pontos de contato entre o que seria uma trajetória estrutural de Electra e a jornada abstrata da heroína. Mais uma vez utilizamos os mapas teórico-conceituais para expressar e comparar aspectos narrativos intrínsecos tanto da presença de Electra como da jornada de Murdock. Sendo assim, em cada uma das dez etapas da jornada da heroína, concebida exatamente deste modo por Murdock, podemos encontrar uma relação com a jornada de Electra, estabelecida por nós através do estudo comparado das obras de Êsquilo, Sófocles e Eurípedes. Adiante, ao buscarmos também estabelecer uma trajetória da personagem Nina em *Avenida Brasil*, reconhecemos nela certas equivalências. Por exemplo: a etapa 1 da trajetória de Electra corresponde ao *abandono da mãe* (Figura 2), enquanto, segundo Murdock, a heroína inicia sua jornada com uma *separação do feminino* (Figura 3).

Nina, por sua vez, inicia sua trajetória em *Avenida Brasil* ao ser abandonada por Carminha no lixão (Figura 1). A promessa e elaboração do plano de vingança correspondem às etapas 4 e 6 da jornada de Electra (Figura 2), momentos estes em que, na trajetória de Nina (Figura 1), encontramos equivalência ao momento em que ela adentra a mansão de Tufão (etapa 4) e executa sua vingança (etapa 6). Tais etapas, por sua vez, para Murdock, correspondem com o *ilusório boom do sucesso e a iniciação* na jornada da heroína (Figura 3).

Sendo assim, o modelo da jornada de Electra, quando comparado com a jornada da heroína, encontra ecos nas etapas da trajetória de Nina em *Avenida Brasil*, recolhidas através de nossa autoetnografia da recepção. Em nossa análise posterior, refletindo sobre as políticas da narrativa, concluímos que, como no caso da personagem da tragédia grega, em *Avenida Brasil* a trajetória de vingança pessoal expressa um viés político uma vez que altera as estruturas de poder do microcosmo em que se desenrola — seja na Grécia antiga, ou no bairro do Divino. Defendemos que a vingança de Nina expressa uma espécie de fantasma recalcado pela ascensão da nova classe média brasileira nos anos 2010 que, mesmo tendo alcançado certo poder pelo consumo, permaneceu ignorante do ponto de vista da erudição. A formação de uma nova elite econômica — representada em *Avenida Brasil* pela família Tufão — não mexeu nas estruturas sociais tão profundamente a ponto de acabar com as desigualdades.

Neste contexto, a vingança de Nina não deixa esquecer que transformações estruturais não foram empreendidas, apontando o prejuízo na economia simbólica deste grupo que, mesmo tendo dinheiro, permanece ignorante e denunciando

que a cidadania ainda não foi consolidada neste território (o subúrbio carioca) atravessado pela Avenida Brasil real — metáfora e metonímia do país. Por mais que as políticas públicas de inclusão tenham gerado, ao longo dos anos 2000, a formação dessa nova classe média, o que observamos como leitura desta narrativa sobre ela é que tais políticas não foram suficientes para caracterizar mudanças profundas na sociedade brasileira, reproduzindo, na verdade, uma mesma estrutura de poder arcaica, desta vez dentro do próprio subúrbio.

Essa elite suburbana que surge como consequência deste processo está intrinsicamente aliada a um discurso neoliberal de estímulo ao *sujeito-empresarial* (Dardot; Laval, 2016) e, apesar de reiterar sua origem social como marca discursiva de sua trajetória de superação, não é caracterizada por uma consciência de classe, tampouco por expedientes coletivos em prol do bem comum, da coisa pública, da camaradagem ou da ação política. Mas, pelo contrário, ela é marcada pelo individualismo, pelo sectarismo e pela competitividade<sup>4</sup>. Deste modo, nos parece plausível concluir que a classe média representada em *Avenida Brasil* engendra uma perspectiva que desacredita do próprio Brasil enquanto Estado forte, e se constrói a partir da noção de uma superação individual das desigualdades, inserida em um

---

4 “É esta a situação: nós temos essa nova base dos emergentes. Objetivamente, não são uma pequena burguesia, a grande maioria deles são pobres. Mas, subjetivamente, eles já assimilaram essa cultura da iniciativa [...]. A contrapartida moral a essas opções econômicas limitadas é o individualismo, o materialismo, o consumismo, articulados de forma mais explícita pelo movimento evangélico. É uma espécie de liberalismo para as massas, que diverge do que foi a característica predominante da nossa cultura social”, comenta o professor de Harvard e ex-ministro de gestões petistas, Roberto Mangabeira Unger, em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2023/06/lula-parece-morar-no-passado-diz-mangabeira-unger.shtml>. Acesso em: 17 jun. 2023.

regime no qual não há exatamente uma perspectiva de justiça em jogo, mas sim a lei do mais forte, já que “a força vai lutar contra a força, e a vingança, contra a vingança” (Ésquilo, 1991, p. 50).

E neste regime de competitividade e disputa, a erudição, a educação formal e o capital cultural não são exatamente peças cobiçadas neste jogo, ou pelo menos não são tomados como elementos de distinção importantes na escala de valores empregada para medir o sucesso e os elementos distintivos nestas trajetórias. É interessante e instigante tentar imaginar se, em 2013, ano seguinte à exibição de *Avenida Brasil*, seus personagens estariam nas ruas durante as Jornadas de Junho; se, em 2016, coadunariam com o golpe contra a presidenta Dilma Rousseff; e, sobretudo, se perguntar: em quem votariam nas eleições de 2018?

Em nossa pesquisa sobre as representações de Electra e os efeitos de sentido políticos de sua narrativa de vingança, o que nos chama atenção, a partir das leituras de Anatol Rosenfeld (2005) e Jill Scott (2009), é a compreensão de que sua trama se insere em um contexto de formação social que divide um antes — arcaico e desorganizado — e um depois — mais ordenado e republicano — como se marcasse a transição necessária entre um estado de coisas que morosamente se recusa a transformar-se. Neste sentido, concluímos que a vingança de Nina em *Avenida Brasil* serve de catalisador da ruína das estruturas antigas que sustentam um determinado *modus operandi* no qual a casa, o bairro, a cidade e o país parecem ter se acomodado.

## Referências

- BARTHES, R. Análise estrutural da narrativa. *In*: BARTHES, R. *et al.* **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- BOURDIEU, P. The forms of capital. *In*: RICHARDSON, J. (ed.). **Handbook of theory and research for the sociology of education**. New York: Greenwood, 1986. p. 241–258.
- BRUNER, J. **Fabricando histórias: direito, literatura, vida**. São Paulo: Letra e Voz, 2014.
- BUTLER, J. **Corpos que importam: os limites discursivos do sexo**. São Paulo: N-1 Edições, 2019.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995. v. 1.
- ÊSQUILO. **Oréstia: Agamêmnon, Coéforas, Eumênides**. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.
- FISCHER, S.; NASCIMENTO, G. C. Avenida Brasil: estratégias narrativas e efeitos estéticos. **Interin**, Curitiba, v. 16, n. 2, p. 116–130, 2013.
- GRECO, C. O culto dos fãs online e a transformação de Avenida Brasil em um cult nacional. **Revista GEMInIS**, São Carlos, v. 7, n. 2, p. 63–78, 2016. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/204>.
- LOPES, M. I. V. A teoria barberiana da comunicação. **MATRIZES**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 39–63, 2018. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v12i1p39-63.
- LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 26, p. 17–34, 2003. zDOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34.
- MURDOCK, M. **The heroine's journey: woman's quest for wholeness**. Boston: Shambala, 2013.

PATRÍCIO, S. **Ethos humano e mundo contemporâneo**. São Paulo: Baracoa, 2019.

ROSENFELD, A. **A arte do teatro: aulas de Anatol Rosenfeld (1968)**. São Paulo: Publifolha, 2009.

SAFATLE, V. **Para além da necropolítica**. São Paulo: N-1 Edições, 2020.

SOUSA, C. S. S. Antígona e Electra: corpos em questão. *In*: SEMINÁRIO NACIONAL MULHER E LITERATURA DA ANPOLL, 12.; SEMINÁRIO INTERNACIONAL MULHER E LITERATURA DA ANPOLL, 3., 2007, Santa Cruz. **Anais [...]**. Santa Cruz: ANPOLL, 2007.

VIVEIROS DE CASTRO, E. **Metafísicas canibais**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

# EIXO DEMOCRACIA

Coletividade, democracia e  
institucionalidades: abordagens possíveis





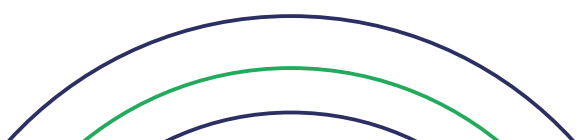
## CAPÍTULO 1

# As emisoras públicas ou estatais de rádio e televisão nos países fundadores do Mercosul: uma investigação sobre a propriedade das empresas <sup>1</sup>



**Resumo:** Este capítulo investiga o perfil das emissoras públicas e estatais de rádio e televisão em atuação nos países fundadores do Mercado Comum do Sul (Mercosul): Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. O objetivo foi identificar a natureza jurídica das empresas para determinar se as instituições constituem propriedades que pertencem ou não ao Estado. O método adotado foi o estudo da legislação em vigor nesses países, além da leitura de pesquisa bibliográfica e documental. Percebeu-se a persistência de um modelo de propriedade estatal entre os fundadores do bloco de integração regional.

**Palavras-chave:** Radiodifusão pública. Emissoras públicas. Comunicação pública.

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Mestre em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília (UnB) e doutoranda do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP. Integra o grupo de pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade (ECA). A pesquisa de doutorado está em desenvolvimento sob a orientação do professor Dr. Eugênio Bucci na linha de pesquisa Comunicação, redes e linguagens: objetivos teóricos e empíricos. E-mail: gisnogueira@usp.br.
  - 3 Este trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Fincance code 001”.
- 

## Introdução

As emissoras públicas e/ou estatais de rádio e de televisão ocupam espaço relevante no contexto do ecossistema midiático digital de nosso tempo. Fundadas no contexto da radio-difusão, transmissão de sons e imagens por meio de ondas eletromagnéticas, essas empresas não se ausentaram do processo de digitalização que a comunicação de massa atravessou nos últimos anos. Diversas empresas públicas de referência no mundo aderiram à digitalização de suas transmissões e estão presentes nas plataformas digitais e produzem conteúdos que circulam nesses meios. Como atores desse cenário, participam do debate público e interagem nessas instâncias de mídia. Em um reconhecimento da importância da atuação das emissoras públicas, diversos autores têm argumentado sobre a necessidade de apoiar e reforçar a mídia pública para enfrentar os novos desafios contemporâneos inclusive diante de repetidos ataques contra a democracia em vários países (Baym, 2023; Pickard, 2021).

Neste capítulo, investigou-se o perfil das emissoras públicas e estatais de comunicação nos quatro países fundadores do Mercado Comum do Sul (Mercosul). O bloco surgiu com a iniciativa de integração regional da América Latina no contexto de redemocratização e reaproximação entre os países no final da década de 1980. Foi fundado com a assinatura do Tratado de Assunção em 26 de março de 1991 pelos governos de Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai<sup>4</sup>.

---

4 Ministério das Relações Exteriores (MRE). *Mercosul: Composição, objetivos e estrutura institucional*. 2016. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/>

## Os fundamentos teóricos das emissoras públicas e estatais de rádio e televisão

Os autores Eric Barendt (1995) e Toby Mendel (2011), teóricos recorrentemente citados nos estudos do serviço público de radiodifusão, tratam majoritariamente de emissoras sediadas em países desenvolvidos. O britânico Eric Barendt identificou seis características que historicamente definem o Serviço Público de Radiodifusão: (1) disponibilidade geográfica; (2) atenção à identidade e à cultura nacional; (3) independência de interesses do Estado e do mercado; (4) imparcialidade dos programas; (5) alcance e variedade da programação; (6) financiamento, em grande parte, por meio de taxa geral paga por usuários (Barendt, 1995, p. 52).

Em trabalho publicado pela Unesco, Toby Mendel (2011) fez um estudo de direito comparado sobre a radiodifusão pública e investigou o sistema jurídico e regulatório em oito países: Austrália, Canadá, França, Japão, Polônia, África do Sul, Tailândia e Reino Unido. A justificativa apresentada pelo autor para deixar os latino-americanos de fora da amostragem é a de que aqui “a radiodifusão pública é relativamente subdesenvolvida, quando comparada ao restante do mundo” (Mendel, 2011, p. 5).

É fato que a radiodifusão pública na América Latina foi construída em um contexto diferente do europeu. No Brasil e em vários países da região, o uso da tecnologia do rádio e da te-

---

pt-br/assuntos/mecanismos-internacionais/mecanismos-de-integracao-regional/mercosul. Acesso em: 30 set. 2023.

MRE. Mercosul: página da brasileira do Mercosul. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/assuntos/mercosul>. Acesso em: 6 out. 2023.

levisão começou essencialmente como um negócio explorado pelo setor comercial (Leal Filho, 2009). Em função das semelhanças históricas, este estudo ampara-se na contribuição de Eugênio Bucci (2015) que pesquisou as emissoras públicas no contexto da comunicação pública no Brasil. Bucci diferencia conceitualmente as emissoras estatais e as “emissoras públicas propriamente ditas” (Bucci, 2015, p. 78). As estatais costumam atender a quatro requisitos dentro da tradição democrática: (1) pertencem ao Estado quanto à forma de propriedade; (2) contam com financiamento do Estado quanto à forma de se sustentar; (3) a gestão fica subordinada a autoridades de um dos três poderes; (4) a programação não é independente do Estado e sofre os limites, ainda que indiretos, decorrentes dessas características (Bucci, 2015).

As emissoras públicas propriamente ditas cumprem quatro requisitos: (1) não pertencem ao Estado quanto à natureza jurídica; (2) são abastecidas por verba pública proveniente de impostos ou taxas específicas ou doações voluntárias dos cidadãos; (3) dirigentes prestam contas apenas a um conselho interno independente integrado por pessoas que representem a sociedade plural, tem notoriedade e são autoridade em suas áreas de atuação; (4) a programação denota alto grau de autonomia pautada por valores e princípios que priorizam a diversidade de vozes, a experimentação de linguagem, a informação crítica e independente e a formação de cidadãos autônomos (Bucci, 2015).

Para este capítulo, fez-se a opção de investigar o requisito que se refere à propriedade das emissoras estatais ou públicas nos países fundadores do Mercosul. O vínculo da instituição com o Estado é um dos principais pontos que diferenciam

as emissoras estatais das emissoras efetivamente públicas. Na construção teórica de Bucci (2015), a forma de propriedade é o primeiro item a ser analisado nesta discussão. A natureza jurídica das emissoras estatais está sempre vinculada ao Estado diretamente sob forma de uma figura jurídica chamada de administração indireta. As públicas propriamente ditas, por outro lado, têm independência e não pertencem ao Estado.

## **A justificativa, o objetivo e o método de pesquisa**

O estudo das emissoras públicas e/ou estatais dos países do Sul Global se justifica pelo papel de relevância que essas instituições podem desempenhar no ecossistema midiático e digital. Escolhemos os países fundadores do Mercosul para este estudo pela importância dos quatro países na América Latina que extrapola a parceria comercial e inclui uma agenda de discussão sobre temas políticos, sociais e de cidadania<sup>5</sup>.

Ao fazer uma primeira aproximação de estudo das emissoras públicas e/ou estatais de Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai, o objetivo deste capítulo foi identificar se as instituições desses países estão vinculadas diretamente ao Estado para avaliar se têm autonomia para atuar no ecossistema midiático e digital com independência de seus governos. De acordo com a referência teórica proposta por Bucci (2015), pertencer ou não ao Estado quanto à forma de propriedade é um primeiro

---

5 Ministério das Relações Exteriores (MRE). Mercosul: Composição, objetivos e estrutura institucional. Atualizado em: 3 nov. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/assuntos/mecanismos-internacionais/mecanismos-de-integracao-regional/mercosul>. Acesso em: 30 set. 2023. MRE. Mercosul: página da brasileira do Mercosul. Disponível em: <https://www.gov.br/mre/pt-br/assuntos/mercosul>. Acesso em: 6 out. 2023.

critério para conceituar as emissoras como estatais ou públicas propriamente ditas.

O método adotado para esta pesquisa foi o estudo das leis que criaram e regulamentaram a atuação das emissoras públicas e/ou estatais na Argentina, no Brasil, no Paraguai e no Uruguai para identificar a natureza jurídica dessas instituições e tentar determinar se há independência das empresas em relação ao Estado. Além disso, complementaram o *corpus* de estudo um levantamento bibliográfico e consultas às páginas da internet das empresas públicas e/ou estatais de comunicação.

## **As emissoras públicas e/ou estatais no Mercosul Argentina**

Na Argentina, a *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* (LSCA) de 2009<sup>6</sup> substituiu a legislação que regulamentava a radiodifusão desde a ditadura militar. A LSCA trouxe “um novo paradigma na compreensão da comunicação audiovisual como um serviço e um direito” (Murolo, 2014, p. 210)<sup>7</sup>. A lei argentina estabeleceu a igualdade de condição na disputa por um canal de rádio e televisão entre governo, empresas privadas e organizações sociais. Não se tratou, no entanto, de uma

---

6 *Servicios de Comunicación Audiovisual*. Ley 26.522/2009. Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom). Disponível em: [https://www.enacom.gob.ar/ley-26-522\\_p2709](https://www.enacom.gob.ar/ley-26-522_p2709). Acesso em: 2 out. 2023.

7 No original: “*Como piedra angular de este devenir se encuentra la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) 26.522 sancionada el 10 de octubre de 2009, que significa además de una actualización y un cambio en la legislación, un nuevo paradigma a la hora de entender a la comunicación audiovisual como un servicio y un derecho*”. Trecho de: MUROLO, N. L. Nuevas pantallas para la televisión pública argentina. In: NICOLOSI, A. P. (org.). La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural. Universidad Nacional de Quilmes, 2014. p. 209–222

divisão igualitária do espectro consolidado (Esch; Del Bianco; Moreira, 2012).

A história da *TV Pública* da Argentina começou décadas antes da aprovação da nova lei de meios. Teve início com a primeira transmissão do então Canal 7 em 17 de outubro de 1951 por iniciativa do governo de Juan Domingo Perón. Até o final daquela década, foi a única emissora de televisão do país. Murolo (2014) afirma que sucessivas administrações transformaram a emissora mais em um canal governamental do que em uma emissora pública<sup>8</sup>. A partir do governo de Néstor Kirchner e, mais tarde, com a aprovação da LSCA, se implementou uma política de recuperação da emissora “com uma gestão atrelada ao governo federal argentino” (Godoy; Magnoni, 2016, p. 2).

A gestão da *TV Pública* e da *Rádio Nacional* está subordinada à empresa *Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado* (RTA-SE)<sup>9</sup>. O site da RTA-SE informa que a empresa é conduzida por um diretório plural formado por dois representantes indicados pelo Poder Executivo Nacional, três eleitos pelas minorias parlamentares do Congresso, um pelas universidades e um pelos trabalhadores da televisão<sup>10</sup>. Apesar da existência do conselho, para os autores Esch, Del Bianco, Moreira (2012), a RTA-SE é uma empresa estatal dependente do Poder Executivo Federal.

---

8 No original: “*Las diversas gestiones del canal público fueron manipulando la emisora para transformarla en un canal de gobierno más que una emisora pública*”. Trecho de: MUROLO, Norberto Leonardo. Nuevas pantallas para la televisión pública argentina. In: NICOLOSI, A. P. (org.). La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural. Universidad Nacional de Quilmes, p. 209–222, 2014.

9 Radio y Televisión Argentina S.E. Quiénes somos. Disponível em: <https://www.radioytelevisión.ar/quienes-somos/>. Acesso em: 2 out. 2023.

10 La misión institucional y el rol público de RTA S.E. RTA Rádio y Televisión. <https://www.radioytelevisión.ar/prensa/que-es-radio-y-televisión-argentina-s-e/>. Acesso em: 2 out. 2023.

A descrição do *Reuters Institute Digital News Report 2022* sobre a *Televisión Pública* coincide com o retrato de uma emissora estatal de pouca relevância para o público argentino. O texto afirma que o veículo tem baixa audiência, é percebido como favorável ao governo e tem dificuldade para ser uma alternativa eficaz ao sistema de mídia comercial, bastante forte e concentrado no país<sup>11</sup>.

## Brasil

A emissora estatal de televisão em atuação nacional no Brasil é a *TV Brasil*, gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A EBC foi criada por uma Medida Provisória em 2007, aprovada no Congresso no ano seguinte, durante o primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A EBC incorporou o patrimônio e as outorgas de sua antecessora, a Radiobrás. Os idealizadores da *TV Brasil* esperavam que ela pudesse cumprir o princípio previsto na Constituição Federal que determina a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal para a radiodifusão<sup>12</sup>. De fato, a emissora conseguiu qualificar o debate sobre a cultura de comunicação

---

11 No original: “*La Televisión Pública, the public broadcaster, has relatively low audience share, is perceived as pro-government, and struggles to be an effective alternative to privately owned media*”. In: NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; ROBERTSON, C. T.; EDDY, K.; NIELSEN, R. K. *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism: Oxford, p. 114–115, 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>. Acesso em: 15 out. 2022.

12 Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm). Acesso em: 1 jun. 2022.

pública não governamental no Brasil. Prestes a completar dezesseis anos, no entanto, a *TV Brasil* ainda não conseguiu ser uma emissora efetivamente pública.

A EBC não se emancipou do julgo do Planalto e seguiu institucionalmente subordinada à Secretaria de Comunicação Social da presidência da República (Bucci, 2015). Houve um importante avanço em relação à Radiobrás com a criação de um conselho curador para a instituição ainda que todos os integrantes fossem designados pelo chefe do Poder Executivo. O conselho curador, entretanto, foi extinto por Medida Provisória durante o governo de Michel Temer depois do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff em 2016. As ingerências na empresa também foram incisivas na presidência de Jair Bolsonaro. Um indicado de Bolsonaro na presidência da EBC ordenou a fusão da *TV Brasil* e da *TV NBR*. A *TV Brasil* passou então a ter uma programação essencialmente voltada para a divulgação de atos do governo (Bucci; Vannuchi, 2021).

Nos primeiros meses do terceiro mandato do presidente Lula, o nomeado pelo Palácio do Planalto para presidir a EBC revogou a portaria interna que tinha unificado os canais. O então diretor-presidente da EBC, Hélio Doyle, inaugurou o *Canal Gov* para separar a comunicação pública da comunicação governamental em julho de 2023<sup>13</sup>. A ausência do conselho curador, no entanto, ainda permanece. A natureza jurídica da EBC, como ente da administração indireta subordinada ao Executivo, segue como sempre foi desde sua criação.

---

13 CLAUDIA, M. EBC faz estreia do Canal Gov e consolida separação da TV Brasil. Agência Brasil, 24 jul 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-07/ebc-faz-estreia-do-canal-gov-e-consolidacao-da-tv-brasil>. Acesso em: 15 ago. 2023.

## Paraguai

Entre as emissoras públicas e/ou estatais em atividade nos países fundadores do Mercosul, a TV do Paraguai é a mais jovem. Foi criada em 2011 durante a presidência de Fernando Lugo. A agência oficial do país descreve a *Paraguay TV* como uma empresa estatal que “em mais de uma década de existência, tornou-se um importante braço da mídia do Estado paraguaio”<sup>14</sup>. O perfil abertamente estatal também consta no portal da *Paraguay TV*. A emissora se define como um canal estatal que divulga ações e programas de interesse dos cidadãos relacionados com políticas públicas promovidas por instituições do Estado<sup>15</sup>.

Linares (2016) argumenta que o modelo paraguaio contraria as recomendações internacionais que tradicionalmente regem as emissoras públicas<sup>16</sup>. O autor afirma que houve o início de um processo de construção de uma estrutura institucional participativa para a emissora que durou menos de dois anos e foi encerrada com a destituição de Lugo da presidência do país. Um ano depois da saída de Lugo, em 2013, o então presidente

---

14 No original: “*En su más de una década de existencia, Paraguay TV se ha constituido en un brazo importante de los medios de comunicación del Estado paraguayo, dependientes del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC)*”. In: Paraguay TV, el canal de televisión estatal, celebra su 11 años. Agencia de Información Paraguaya, 12 de dez. de 2022. Disponível em: <https://www.ip.gov.py/ip/paraguay-tv-el-canal-de-television-estatal-celebra-su-11-anos/>. Acesso em: 3 out. 2023.

15 No original: “*Somos un canal estatal que propone a los televidentes una alternativa de contenido de televisión diferente. (...) Difundimos acciones y programas de interés ciudadano relacionadas a las políticas públicas impulsadas por las diferentes instituciones del Estado para el fortalecimiento del desarrollo social.*” In: ¿Quiénes Somos? Paraguay TV. Disponível em: <https://www.paraguaytv.gov.py/el-canal/>. Acesso em: 3 out. 2023.

16 No original: “*(E)l modelo paraguayo se muestra indudablemente opuesto a las recomendaciones internacionales en la materia.*” (Linares, 2016, 97).

Horacio Cartes alterou a estrutura de funcionamento da Secretaria de Informação e Comunicação (SICOM), responsável pela gestão dos meios de comunicação do Estado e pela divulgação das atividades do Poder Executivo do Paraguai. Linares (2016) avalia que o decreto assinado por Cartes revogou a possibilidade de construir uma estrutura institucional participativa para a mídia pública paraguaia.

## Uruguai

O Uruguai instituiu uma nova lei de meios em 2014, a *Ley de Medios: Regulacion de la Prestacion de Servicios de Radio, Television y Otros Servicios de Comunicacion Audiovisual*<sup>17</sup>. A legislação foi aprovada apesar da forte resistência dos veículos privados e da oposição ao governo no parlamento. A lei representou uma mudança relevante para o setor público de audiovisual. A legislação reconheceu os serviços de comunicação como de interesse público e os definiu como um dos principais meios para o exercício do direito à liberdade de expressão (Linares, 2016). Ainda que tenha marcado uma ruptura com o modelo histórico de acordos entre governos e elites midiáticas, a nova lei não alterou radicalmente a configuração do sistema midiático (Schuliaquer, 2021).

A nova legislação criou o Sistema Público Nacional de Rádio e Televisão (SPRTN) como um serviço descentralizado, mas ainda vinculado ao Poder Executivo por meio do Ministério da Educação e Cultura. O SPRTN ficou responsável por

---

17 Ley n° 19.307/2014: Ley de medios. Regulacion de la prestacion de servicios de radio, television y otros servicios de comunicacion audiovisual. Centro de Información Oficial del Uruguay. Disponível em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>. Acesso em: 4 out. 2023.

“administrar, dirigir e operar os serviços públicos estatais de radiodifusão de rádio e televisão”<sup>18</sup>. São eles: o Canal 5 (Televisão Nacional do Uruguai), a Rádio Nacional e a Diretoria Nacional de Cinema e Audiovisual. Os cargos de direção do SPRTN são ocupados por indicados do Poder Executivo com anuência do Senado. Os mandatos dos diretores são de cinco anos, tempo que coincide com o mandato presidencial.

Para Linares (2016, p. 108)<sup>19</sup>, a estrutura institucional demonstra “o peso considerável do Poder Executivo na formação do Conselho de Administração encarregado de dirigir o sistema público, sem fortes contrapesos de outros poderes do Estado”. A participação da sociedade no sistema público uruguaio foi incluída em um órgão consultivo: a *Comisión Honoraria Asesora* do SPRTN. A comissão é composta por doze integrantes: dois representantes dos funcionários da instituição, um representante da *Universidad de la República*, um representante da central sindical uruguaia, dois representantes da sociedade que trabalham em temas relacionados a atribuições do SPRTN, um representante legislativo indicado pelo Congresso, um do Instituto da Criança e do Adolescente do Uruguai, um da Administração Nacional de Educação Pública, um da Associação Uruguaia de Imprensa, um representante

---

18 O original: Artículo 151: Son cometidos del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional (SPRTN): A) Administrar, dirigir y operar servicios de radiodifusión de radio y de televisión públicos estatales. Ley n° 19.307/2014: Ley de medios. Regulacion de la prestacion de servicios de radio, television y otros servicios de comunicacion audiovisual. Centro de Información Oficial del Uruguay. Disponível em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>. Acesso em: 4 out. 2023.

19 No original: “*La estructura institucional descrita deja ver el considerable peso del Poder Ejecutivo en la conformación del Directorio encargado de la dirección del SPRTN, sin contrapesos fuertes de otros poderes del Estado*” (Linares, 2016, p. 108).

do Congresso de Prefeitos e um cidadão na qualidade de usuário dos serviços audiovisuais.

Na análise comparativa feita entre os meios públicos de comunicação de Brasil, Paraguai e Uruguai, Linares (2016, p. 110) conclui que a norma uruguaia é a mais explícita “para indicar obrigações vinculadas à função social e cultural dos meios de comunicação públicos” entre os países estudados. Além disso, para o autor, o modelo do Uruguai “oferece melhores condições para garantir a independência do governo nacional na programação das emissoras públicas”, mas ressalva que isso “não se traduz necessariamente em uma prática eficaz” (Linares, 2016, p. 110)<sup>20</sup>.

## Conclusões

A pesquisa conduzida para a redação deste capítulo indica que, apesar da recente aprovação de novas legislações relacionadas à questão midiática nos países fundadores do Mercosul, o modelo de propriedade mais comum entre as emissoras públicas de rádio e televisão ainda preserva um forte vínculo com o Estado. O Uruguai apresenta o perfil mais favorável por oferecer melhores condições de independência em relação ao governo nacional. No entanto, ainda existe um peso considerável do Poder Executivo uruguaio na formação do Conselho

---

20 No original: “*La normativa de Uruguay es la más explícita entre las analizadas para indicar obligaciones vinculadas a la función social y cultural de los medios públicos*”. [...] “*Es posible concluir que el modelo uruguayo ofrece mejores condiciones para garantizar la independencia respecto al Gobierno nacional en la programación de las emisoras públicas, lo que no forzosamente se traduzca en la práctica efectiva*” (Linares, 2016, p. 110).

de Administração encarregado de dirigir o sistema público do país (Linares, 2016).

Os quatro países fundadores do Mercosul aprovaram novas leis nos últimos anos que interferiram no ecossistema midiático. A Argentina implementou em 2009 a *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* que conceituou a comunicação audiovisual como um serviço e um direito dos cidadãos. A gestão da emissora pública, no entanto, permaneceu vinculada ao governo federal argentino.

Em 2007, no Brasil, a lei de criação da EBC instituiu a *TV Brasil* e a encarregou do papel de fazer comunicação pública. O avanço que a EBC representou para a discussão da radiodifusão pública no país ruiu nos anos seguintes durante os governos Temer e Bolsonaro. O conselho curador da empresa foi extinto e a subordinação direta da empresa ao Poder Executivo Federal segue inalterada. Passado o primeiro ano do terceiro mandato do presidente Lula, não houve mudanças na legislação.

O Paraguai parece ter a emissora estatal em condições mais vulneráveis entre os parceiros do Mercosul. A *Paraguay TV* foi criada apenas em 2011 e está vinculada diretamente à Secretaria de Informação e Comunicação do Poder Executivo.

No Uruguai, a nova lei de meios aprovada em 2014 reconheceu a comunicação audiovisual como um serviço de interesse público e o definiu como um dos principais meios para o exercício do direito à liberdade de expressão. Contudo, ainda há um peso importante do Estado na gestão dos canais que deveriam ser efetivamente públicos. As emissoras públicas do Uruguai são geridas pelo Sistema Público Nacional de Rádio e Televisão, vinculado ao Poder Executivo por meio do Ministério da Educação e Cultura.

Este estudo indica, portanto, que ainda há desafios para serem enfrentados na construção de um sistema de emissoras públicas propriamente ditas nos países fundadores do Mercosul. A pesquisa do modelo institucional das emissoras públicas demonstrou a permanência de vínculo ou subordinação ao Estado bastante presente nesses países. Há avanços importantes como no caso do Uruguai. No entanto, as leis que regem as emissoras públicas e estatais ainda demandam aprimoramentos para efetivamente garantir a independência das empresas em relação ao Estado.

## Referências

BARENDT, E. **Broadcasting Law: a comparative study**. Londres: Oxford Press, 1995.

BAYM, G. Public Media and the Infrastructure of Democracy. **JStor Daily**, [S. l.], 23 ago. 2023. Disponível em: <https://daily.jstor.org/public-media-and-the-infrastructure-of-democracy/>. Acesso em: 1 out. 2023.

BUCCI, E. **Estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BUCCI, E.; VANNUCHI, C. A EBC à mercê do governo – qualquer governo. **E-Legis – Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados**, Brasília, DF, v. 14, n. 36, p. 211–226, 2021. Disponível em: <https://e-legis.camara.leg.br/cefor/index.php/e-legis/article/view/689>. Acesso em: 5 out. 2023.

ESCH, C. E.; DEL BIANCO, N. R.; MOREIRA, S. V. Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. *In*: COLÓQUIO BRASIL CHILE DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2., 2012, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/r7-0299-1.pdf>. Acesso em: 1 out. 2023.

GODOY, J. M. de; MAGNONI, A. F. TV Brasil e Canal 7 Argentina: em 2014–2015 como objeto de pesquisa científica. *In*: ENCONTRO PAULISTA DE PROFESSORES DE JORNALISMO, 7., 2016, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Unesp, 2016. Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/Home/Departamentos/ComunicacaoSocial/7encontropaulistadeprofessoreseprofessorasdejornalismo-2016/13-26-1-rv.pdf>. Acesso em: 2 out. 2023.

LEAL FILHO, L. L. Prefácio. *In*: INTERVOZES. **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiência de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

LINARES, A. Los modelos de medios públicos en Uruguay, Paraguay y Brasil. **Derecom**, [S. l.], n. 20, p. 97–114, 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5632144>. Acesso em: 3 out. 2023.

MENDEL, T. **Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado**. Brasília: UNESCO, 2011.

MUROLO, N. L. Nuevas pantallas para la televisión pública argentina. *In*: NICOLOSI, A. P. (org.). **La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural**. [S. l.]: Universidad Nacional de Quilmes, 2014. p. 209–222.

PICKARD, V. **The local rise of Public Media Centers**. [S. l.]: Nieman Lab, 2021. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2021/12/the-local-rise-of-public-media-centers/>. Acesso em: 1 out. 2023.

SCHULIAQUER, I. Gobiernos y medios en América del Sur: Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador y Uruguay en el siglo XXI. **Revista Mexicana de Opinión Pública**, Ciudad de México, n. 30, p. 41–56, jun. 2021.



## CAPÍTULO 2

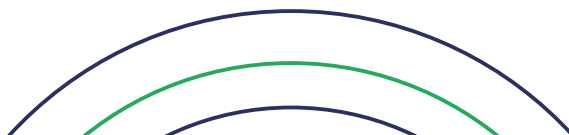
# Atualização da pesquisa sobre as relações de comunicação no mundo do trabalho das pessoas com deficiência motora<sup>1</sup>



**Resumo:** Dando prosseguimento à divulgação dos passos da pesquisa sobre a imbricação da comunicação no mundo do trabalho das pessoas com deficiência motora à luz da ontologia do ser social, apresentamos recorte do *status* em que se encontra a investigação, iniciada em plena vigência da pandemia de covid-19. O objetivo central do estudo é mostrar como o discurso neoliberal, enviesado pela lógica do empreendedorismo, vira sinônimo de acessibilidade e de inclusão social para esses trabalhadores.

**Palavras-chave:** Comunicação. Trabalho. Pessoas com deficiência motora. Acessibilidade. Inclusão social.

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Doutorando e mestre em Ciências da Comunicação na linha de pesquisa Comunicação, Redes e Linguagens: Objetos Teóricos e Empíricos, sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dra. Roseli Fígaro. Pesquisador do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), grupo liderado pela própria orientadora na USP. E-mail: jamir.kinoshita@usp.br / kinoshita.jamir@gmail.com.
  - 3 O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance code 001.



## Introdução

Este capítulo representa um novo recorte<sup>4</sup> da pesquisa de doutorado, então em andamento<sup>5</sup> no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA-USP). Destaca-se que ela sofreu os impactos da pandemia de covid-19, tendo sido iniciada pouco tempo após a decretação do distanciamento social como medida profilática para evitar a doença. Dessa maneira, a intenção aqui é apresentar o *status* dos aspectos finais relacionados à metodologia do nosso estudo, que visa mostrar a imbricação da comunicação no mundo do trabalho (Fíguro, 2001; 2008) das pessoas com deficiência (PcD) motora pela perspectiva da ontologia do ser social (Lukács, 2012).

A hipótese que sustentamos é a de que o discurso neoliberal (Harvey, 2008), enviesado pela lógica do empreendedorismo (Bröckling, 2015; Dardot; Laval, 2016; Boltanski; Chiapello, 2009; Ehrenberg, 2010), acaba servindo como justificativa à acessibilidade e à inclusão social dos trabalhadores que são PcD motora.

Vale apontar que a investigação surgiu de um contexto particular deste pesquisador, que é PcD motora com mobilidade reduzida permanente devido a um quadro de seqüela de displasia de desenvolvimento do quadril direito<sup>6</sup>. Por sinal,

---

4 Trouxemos abordagens distintas em duas edições anteriores do Conexão Pós, as quais estão no formato de capítulos (Kinoshita, 2021; 2023) nos respectivos *e-books* dos eventos.

5 A presente investigação começou em 2020 com duração até fevereiro de 2024, data do depósito da tese.

6 A displasia é a má-formação de um tecido ou órgão do corpo humano que, no caso, resultou em um encurtamento da perna direita. A menção ao termo permanente se dá porque a limitação de movimento pode estar

durante muito tempo, tornamos invisível essa condição corpórea, tanto na esfera pessoal quanto na profissional. A ideia de empreender este estudo se consolidou após assistirmos a uma palestra, no Instituto de Matemática e Estatística (IME) da USP, em 2019. A atividade fazia parte dos requisitos da bolsa CAPES<sup>7</sup>, com a qual terminamos o mestrado<sup>8</sup> na ECA naquele ano. A palestra abordou a educação como meio para a inclusão social e o respeito à igualdade de direitos no que se refere às pessoas com deficiência.

Por envolver seres humanos, que além de tudo são PcD, cadastramos nossa investigação no sistema da Plataforma Brasil<sup>9</sup>, para o qual obtivemos parecer favorável do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da USP. Isso significa que ela segue os preceitos estabelecidos pelo Conselho Nacional de Saúde no que tange à Resolução 510/2017, relacionada à ética em pesquisa com seres humanos.

---

associada à faixa etária ou a um comprometimento momentâneo, o que não se aplica à situação. “A matemática: uma ponte para inclusão e equidade”, proferida pela Prof<sup>a</sup> Dra. Linamara Rizzo Batistella, do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina (HCFM) da USP.

- 7 Estamos nos referindo à etapa de preparação pedagógica do Programa de Aperfeiçoamento de Ensino (PAE), previsto para os discentes bolsistas da CAPES. Mais informações sobre esta iniciativa podem ser obtidas em <https://www.eca.usp.br/pos/pae>.
- 8 Também sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dra. Roseli Fígaro, pesquisamos as relações de comunicação no mundo do trabalho dos carregadores da CEAGESP (Kinoshita, 2019).
- 9 Informações institucionais a respeito da Plataforma Brasil podem ser obtidas em <https://plataformabrasil.saude.gov.br/login.jsf?jsessionid=DF-C6429A561FABC886E7BE8A28965556.ser-ver-plataformabrasil-srvjpdf130>.

## Perguntas que nortearam o estudo e as primeiras incursões metodológicas

Desde o começo, quatro questões se mostraram muito presentes na condução da pesquisa: como o trabalho faz com que as PcD motora se sintam inseridas socialmente? Elas se enxergam de maneira idêntica, em se tratando de direitos e deveres, aos demais trabalhadores? Identificarem-se como iguais às outras pessoas é algo bom ou não para o seu reconhecimento social? Qual é a contribuição da comunicação em relação à inclusão social de PcD motora no trabalho?

Por sermos sujeito e objeto da pesquisa, tivemos cuidado com a vigilância epistemológica (Bourdieu; Chamboredon; Passeron, 2010), sem que isso interferisse em nossas incursões teóricas e empíricas. A postura assertiva serviu para que não incorrêssemos em uma noção, ainda vigente, da PcD como sendo incapaz ao trabalho e à vida independente (Cavalcante, 2003), algo oriundo da visão biomédica<sup>10</sup> sobre a deficiência.

Seguindo nessa linha, a partir da eclosão da covid-19 no país, tivemos de reordenar a estratégia pensada para iniciar a investigação, que consistia na realização de observações de campo (Flick, 2008; Poupart *et al.*, 2008) para construir o perfil das PcD motora que trabalham. O distanciamento social imposto pela pandemia nos levou a outro rumo: a busca por estatísticas oficiais sobre PcD e, especificamente, de PcD motora.

Com isso, constatamos a dificuldade de se dispor de números consistentes sobre as PcD. Para tanto, analisamos

---

<sup>10</sup> A biomedicina se pauta nas ciências naturais e tenta colocá-las em prática. Refere-se ainda ao campo da Biologia especializado na análise morfológica e fisiológica da espécie humana.

o Censo 2010 e outros levantamentos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que trouxeram indicadores divergentes entre si, mesmo alguns tendo a mesma base de dados (Kinoshita, 2021).

Devido a essa disparidade, consideramos importante avaliar as perguntas dos formulários das pesquisas governamentais e as instruções relativas às interpretações das respostas. A estratégia adotada contribuiu, junto com a realização de uma periodização histórica<sup>11</sup>, para termos uma compreensão melhor acerca da evolução da noção de deficiência. Concomitantemente, traçamos também uma breve linha do tempo jurídica, em âmbito global e local, para verificar como a criação de leis repercutiu na defesa de direitos para as PcD. A junção dessas ações evidenciou a transposição da percepção biomédica para uma visão biopsicossocial, em que a ideia da deficiência como uma anormalidade ou uma doença do corpo humano foi suplantada por uma perspectiva de respeito às diferenças existentes entre as pessoas e de igualdade de oportunidades. Isso se configurou, inclusive, nas mudanças das designações dos termos usados (por exemplo, deficientes e portadores de deficiência) para uma nomenclatura mais adequada (no caso, pessoas com deficiência).

## **Bases para a compreensão da deficiência**

O percurso que adotamos indicou o caráter exploratório (Gil, 2008) de nossa pesquisa. Daí que, articulado às incursões iniciais comentadas, saímos à procura de aportes teóricos

---

<sup>11</sup> Uma compilação histórica mais completa pode ser conferida em Brandão (2023).

que nos permitissem entender e fundamentar, para além do binômio comunicação e trabalho, as situações vivenciadas pelos trabalhadores que são PcD motora.

Esclarece-se aqui que nosso estudo não se propõe a analisar o ingresso dessas pessoas no mercado de trabalho, mas sim verificar como a imbricação das duas áreas de conhecimento, que são o cerne de nossa *práxis* epistemológica, corroboram no processo de acessibilidade e de inclusão social desses profissionais.

Nesse contexto, um importante arcabouço que pode auxiliar a evitar e a combater o capacitismo<sup>12</sup> é o *design* centrado no usuário, que coloca o sujeito como foco da ação projetual, o que impõe entender esse indivíduo em sua plenitude. Assim, torna-se factível adotar soluções inovadoras às dificuldades encontradas no dia a dia, sem configurar uma concepção utilitarista, algo relevante quando pensamos em PcD.

O *design* centrado no usuário situa o sujeito como um ator social e pressupõe um pensamento holístico. A integração de abordagens orientadas para a tecnologia, para o sujeito e para a sustentabilidade pode ser considerada como uma visão de concepção capaz de promover uma melhoria real na qualidade de vida das pessoas individualmente ou no seu contexto social, respondendo plenamente às questões éticas e de responsabilidade social. Parece-nos importante salientar que uma visão humanista do *design* é essencial para que este adquira o estatuto de disciplina “de existência”, deixando de ser uma disciplina

---

12 Trata-se de qualquer atitude de discriminação ou que denote preconceito às PcD, algo que ocorre até de forma inconsciente, ao se usar termos e expressões pejorativas que conferem noção de inferioridade a elas.

“de aparência” (Dantas, 2014, p. 58, com tradução nossa).

Portanto, essa visada reforça a ideia de que a elaboração de um produto ou de um serviço precisa ser baseada em pessoas reais, de modo a se obter uma situação que seja verossímil. Afinal, incorporamos em nosso cotidiano os mais diversos serviços e produtos, os quais conferem sentido às nossas vidas, chegando em algumas situações a resignificá-las. Disso decorre a relevância de ater-se a um outro conceito, que são os estereótipos. Se por um lado são considerados alicerce para a tomada de nossas decisões, por outro são algo que não percebemos e que fornecem uma leitura de mundo sem comprovação (Lippmann, 1980). A falta de questionamento sobre eles imputa a possibilidade de um posicionamento distorcido da realidade (Bosi, 1997), traduzido na forma de preconceitos (Heller, 2000). No caso das PcD motora, as formulações podem induzir a uma categorização, abrindo espaço para o estigma, que é um “[...] atributo profundamente depreciativo [...] um tipo especial de relação entre atributo e estereótipo [...]” (Goffman, 1988, p. 13), o qual acaba por opor as pessoas consideradas normais das classificadas como estigmatizadas. Daí que cabe evidenciar o que significa ter um corpo *normal*, desprovido de deficiência:

O normal não é um conceito estático ou pacífico, e sim um conceito dinâmico e polêmico. [...] Quando se sabe que *norma* é a palavra latina que quer dizer esquadro e que *normalis* significa perpendicular, sabe-se praticamente tudo o que é preciso saber sobre o terreno de origem dos termos *norma* e *normal*, trazidos para uma grande variedade de outros campos. Uma norma, uma regra,

é aquilo que serve para retificar, por de pé, endireitar. “Normar”, normalizar, é impor uma exigência a uma existência, a um dado, cuja variedade e disparidade se apresentam, em relação à exigência, como um indeterminado hostil, ainda mais que estranho. Conceito polêmico, realmente, esse conceito que qualifica negativamente o setor do dado que não cabe na sua extensão, embora dependa de sua compreensão. O conceito de direito, conforme esteja aplicado ao campo da geometria, da moral ou da técnica, qualifica respectivamente como torto, tortuoso ou canhestro tudo o que resiste à aplicação do referido conceito (Canguilhem, 2014, p. 189).

A articulação dialética entre os conceitos de estereótipos, preconceitos, estigma e normalidade é essencial para formar o suporte de enfrentamento ao capacitismo. Justamente por isso, no que se refere à nossa pesquisa, é que se faz necessário entender que corpo é esse, com deficiência motora, que trabalha.

## **A singularidade do corpo que trabalha**

É na saúde coletiva que encontramos subsídios para apreender as ações que envolvem o corpo, o qual não pode ser encarado como um dado natural, ainda mais quando pensamos em PcD motora. Logo, é significativo problematizar as singularidades que perfilam a existência das pessoas com base na concepção corpórea (Mauss, 2003).

Desse modo, “[...] pessoa e corpo não são prisioneiros de uma determinação social absoluta” (Vale de Almeida, 2004, p. 52). Esse pressuposto se explica pelo fato de que “[...] o corpo é ao mesmo tempo a ferramenta original com que os humanos

moldam o seu mundo e a substância original a partir da qual o mundo humano é moldado.” (Vale de Almeida, 2004, p. 52).

Portanto, o corpo representa um modo de ser e de estar no mundo, em que a luta de classes (Bakhtin/Volochínov, 2002) se faz presente. Por isso, ele ganha identidade e reconhecimento por meio da atividade de trabalho. Afinal, o trabalho “[...] revela que é no próprio corpo que reside a inteligência do mundo e que é, antes de tudo pelo seu corpo que o sujeito investe no mundo para fazê-lo seu, para habitá-lo” (Dejours, 2004, p. 29). Assim, a completude sobre o corpo com deficiência motora é que pode fazer com que os trabalhadores nessa condição não se vejam reféns de uma alienação gerada, intencionalmente, pelo discurso neoliberal, que transfigura o empreendedorismo em sinônimo de acessibilidade e de inclusão social a essas pessoas.

## **A investidura neoliberal e empreendedora do trabalho**

Incorporado e reverberado pelas pessoas, o neoliberalismo se espalha por vários estratos sociais, tornando-se um estilo de vida (Harvey, 2008), em que se louva a gestão empresarial, arvorada na empregabilidade, para tratar de temas como a descentralização, a meritocracia e a administração por metas (Boltanski; Chiapello, 2009).

Dessa maneira, persevera a noção de engajamento, em que as aspirações pessoais são subsumidas pela lógica da mudança, dos riscos necessários ao desenvolvimento da carreira, tudo em nome da ascensão profissional, que demanda criatividade e flexibilidade quanto ao trabalho e faz com que a perda do emprego seja resultado direto da incapacidade do funcionário.

Nessa acepção, está dada a síntese para que cada trabalhador se considere, ele mesmo, um empresário (Bröckling, 2015).

De empresário a empreendedor o caminho é bem curto, quase imediato, servindo de ode à vigência e ao vigor do capital. Esse sujeito empresarial simboliza qualquer indivíduo que tenha potencial e esteja disposto a subir na vida de uma maneira heroica (Ehrenberg, 2010). É a saga da pessoa comum que, na base da coragem, ultrapassa as barreiras, como se ela estivesse em uma competição de atletismo, em que cabe ao atleta se esforçar para superar os demais, reconhecendo-se seu mérito em caso de vitória.

Esse indivíduo responsável por si mesmo, emergido da classe trabalhadora, é um herói que, com esforço e dedicação, demonstra ser possível vencer na vida. A empresa de si mesmo é uma entidade psicológica, social e espiritual, encravada nas relações sociais, representando a maximização do processo de valorização do eu (Dardot; Laval, 2016). É por isso que a apolo-gia mítica de superação das dificuldades na esfera laboral deve ser enfrentada pelas PcD motora, que precisam se apropriar de um discurso em que a acessibilidade e a inclusão social não trafeguem na órbita neoliberal e tampouco sejam apoiadas na vertente do empreendedorismo, que terceiriza os insucessos ao trabalhador. Essa é a finalidade de nossa pesquisa, conforme se nota nos passos metódicos apontados.

## **O estado de arte da investigação prática**

Resumido todo o arcabouço teórico formulado até o momento, passamos a um panorama empírico de nosso estudo. Em 2020, estabelecemos 17 contatos com agências de recrutamento de profissionais, ONGs, entidades que atuam em defesa de PcD,

poder público e órgãos de classe. Quatro aceitaram participar da investigação: 1 agência de recrutamento de profissionais, 1 órgão de classe e 2 entidades em defesa de PcD.

Os instrumentos de pesquisa usados foram questionário (Thiollent, 1980) semiestruturado, com perguntas abertas, e entrevistas (Medina, 1986) basilares e aprofundadas, com roteiro de questões também no formato aberto. Ambas as técnicas ocorreram de maneira remota, em virtude da pandemia.

Entre 2021 e 2022 procuramos 7 grandes corporações privadas que têm PcD em seu quadro funcional e que são adeptas das práticas de sustentabilidade ambiental, social e de governança corporativa, conhecidas pela sigla em inglês ESG (Environmental, Social and Governance). Duas aceitaram participar do estudo (uma da área de telecomunicação e a outra da construção civil). Houve aplicação de questionário semiestruturado, com perguntas abertas, e entrevistas remotas aprofundadas, com roteiro de questões abertas. Fizemos contato com o ministro do Tribunal Superior do Trabalho (TST), Cláudio Mascarenhas Brandão, que no período finalizava, junto à Universidade Autônoma de Lisboa, a redação de tese sobre o sistema de cotas de emprego de PcD no Brasil e em Portugal. Realizamos ainda três pré-testes remotos, com trabalhadores que são PcD motora, para verificar o roteiro de perguntas da entrevista a ser promovida com esse público.

## **Considerações finais**

Do ponto em que apresentamos comunicação na edição do *Conexão Pós: Mobilização, comunicação e democracia – Caminhos para fortalecer o futuro*, do qual este capítulo é a consolidação de nossa participação, restam alguns passos para o

término da pesquisa. Uma delas é a revisão bibliográfica sobre a análise de discurso (Pêcheux, 2002; Orlandi, 2015) no que se refere a Maingueneau (1997; 2001; 2002) — aliás, essa é a escolha metodológica com a qual pretendemos compreender os discursos circundantes em relação à deficiência motora, a partir dos enunciados das respostas aos questionários e das entrevistas. A ela se adiciona a aplicação dos preceitos da ergologia (Schwartz, 2004; 2014), que vai nos possibilitar ver como o trabalho das PcD motora comporta aspectos pessoal, criador, inédito e transformador do mundo.

Iremos ainda buscar levantamentos mais atuais sobre PcD e PcD motora, com a expectativa de conseguirmos dispor das estatísticas tabuladas do Censo 2022. Assim que a tese do ministro Cláudio Mascarenhas Brandão for defendida<sup>13</sup>, usaremos os dados sobre pessoas com deficiência no mundo do trabalho obtidos por ele junto ao TST, ao Supremo Tribunal Federal (STF) e ao Ministério Público do Trabalho (MPT). Com o final da crise sanitária ocasionada pela covid-19, promoveremos observação de campo específica da atividade de trabalho de uma advogada, que é PcD motora e atua em uma organização social de saúde (OSS) com questões voltadas à inclusão de pessoas com deficiência. Posteriormente, faremos entrevista aprofundada com ela, além de mais duas: uma com um trabalhador que se tornou PcD motora após um acidente de trânsito e outra com uma profissional da área de comunicação que sempre encontrou dificuldades, em todas as organizações pelas quais passou, para atuar de forma plena.

---

<sup>13</sup> A defesa estava prevista, na ocasião, para o final do 1º semestre de 2023.

Para encerrar, procederemos à análise final de todos os questionários respondidos e das entrevistas concedidas. Acreditamos e esperamos, após esse nosso esforço conceitual e empírico para compreender as relações de comunicação no mundo do trabalho das PcD motora, que consigamos colaborar na busca por melhores condições de acessibilidade e de inclusão social desses trabalhadores, algo que ainda se faz necessário para uma sociedade que se queira igualitária e que aspira à efetiva cidadania.

## Referências

- BAKHTIN, M. (VOLOCHÍNOV, V.). **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec/Annablume, 2002.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: WMF/Martins Fontes, 2009.
- BOSI, E. A opinião e o estereótipo. **Revista Contexto**, [S. l.], n. 2, mar. 1997.
- BOURDIEU, P.; CHAMBOREDON, J.-C.; PASSERON, J.-C. **A profissão de sociólogo: preliminares epistemológicas**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- BRANDÃO, C M. **Direitos humanos das pessoas com deficiência: história no Brasil e em Portugal**. Brasília: Editora Venturoli, 2023.
- BRÖCKLING, U. **El self emprendedor: sociología de una forma de subjetivación**. Santiago: Ediciones Universidad Alberto Hurtado, 2015.
- CANGUILHEM, G. **O normal e o patológico**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.
- CAVALCANTE, F. G. **Pessoas muito especiais: a construção social do portador de deficiência e a reinvenção da família**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2003.

DANTAS, D. Diseño centrado en el sujeto: una visión holística del diseño rumbo a la responsabilidad social. **Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación**, Buenos Aires, n. 49, 2014.

DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEJOURS, C. Subjetividade, trabalho e ação. **Revista Produção**, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 27–34, 2004.

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

FÍGARO, R. **Comunicação e trabalho**: estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita Garibaldi/Fapesp, 2001.

FÍGARO, R. Atividade de comunicação e de trabalho. **Revista Trabalho, Educação e Saúde**, [S. l.], v. 6, n. 1, 2008.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

HARVEY, D. **O neoliberalismo**: história e implicações. São Paulo: Loyola, 2008.

HELLER, A. **O cotidiano e a história**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000.

KINOSHITA, J. **As relações de comunicação no mundo do trabalho dos carregadores da CEAGESP**. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

KINOSHITA, J. Problematizações sobre o constructo do perfil dos trabalhadores com deficiência física motora em suas relações de comunicação. *In*: FÍGARO, R.; MUNGIOLI, M. C. P. (org.). **Conexão Pós**: desafios contemporâneos da pesquisa. São Paulo: ECA-USP, 2021.

KINOSHITA, J. O discurso neoliberal como sinônimo de inclusão social de pessoas com deficiência motora. *In*: FARIAS, L. A. de; OHLSON, M. P.; SARRALHEIRO, V. A. (org.). **Conexão Pós**: contribuições da pesquisa em comunicação no contexto (pós) pandêmico – 50 anos PPGCOM/ECA-USP. São Paulo: ECA-USP, 2023. (Páginas do capítulo: informação não fornecida).

LIPPMANN, W. Estereótipos. *In*: STEINBERG, C. (org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1980.

LUKÁCS, G. **Para uma ontologia do ser social I**. São Paulo: Boitempo, 2012.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2013.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MEDINA, C. de. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1986.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes Editores, 2015.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Edunicamp, 1997.

PÊCHEUX, M. A análise de discurso: três épocas. *In*: GADET, F.; HAK, T. (org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Edunicamp, 2001.

PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Editora Pontes, 2002.

POUPART, J.-M. *et al.* **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008.

SCHWARTZ, Y. Trabalho e gestão: níveis, critérios, instâncias. *In*: FIGUEIREDO, M. *et al.* (org.). **Labirintos do trabalho: interrogações e olhares sobre o trabalho vivo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

SCHWARTZ, Y. Motivações do conceito de corpo-si: corpo-si, atividade, experiência. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 49, n. 3, p. 259–274, jul./set. 2014.

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

**VALE DE ALMEIDA, M. O corpo na teoria antropológica. Revista de Comunicação e Linguagem, [S. l.], n. 33, p. 49–66, 2004.**



## CAPÍTULO 3

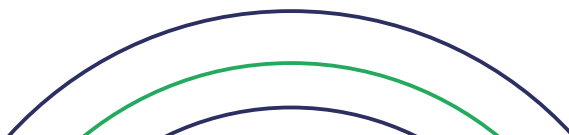
# Discursos midiaticizados do ativismo alimentar: uma abordagem multimetológica<sup>1</sup>



**Resumo:** Este trabalho compõe pesquisa de mestrado, cuja proposta é investigar os processos de produção de sentido das práticas de ativismo alimentar e suas articulações com as lógicas de consumo. Busca-se aqui compreender as possibilidades de intercessão teórico-metodológicas entre a Semiótica Francesa, Miatização e Mediações Culturais para análise dos discursos miatizados em redes sociais digitais. Os resultados reforçam as constatações de Trindade e Perez (2016; 2019) e Trindade (2019) de que os processos de miatização verificados no discurso são, por si só, uma mediação cultural.

**Palavras-chave:** Ativismo alimentar. Consumo político. Semiótica francesa. Miatização. Mediações culturais.

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP, vinculada à linha de pesquisa: Processos Comunicacionais: Tecnologias, Produção e Consumo, sob a orientação do professor Eneus Trindade Barreto Filho. Email: sara.cbarbosa@usp.br.
  - 3 O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance code 001.



## As dinâmicas do ativismo alimentar

Derivado do universo das disputas políticas — que cada vez mais se deslocam para o campo da cultura — o ativismo alimentar

gira em torno da ideia de discursos e ações de pessoas e grupos que se dedicam a elaborar uma crítica ao sistema agroalimentar visando torná-lo mais democrático, sustentável, saudável, ético com relação aos animais não-humanos, de melhor qualidade, que valoriza receitas tradicionais e outros temas correlatos (Portilho, 2020, p. 412).

Trata-se de um fenômeno do consumo em plena efervescência, cujo devir está na “ansiedade alimentar que atinge o comedor contemporâneo” (Dória; Azevedo, 2019, n. p.), disperso na polifonia que se abate sobre o consumo alimentar.

Para Portilho (2020) o ativismo alimentar pode ser pensado a partir de duas gerações: a considerada primeira geração gira em torno das ações filantrópicas e campanhas institucionais contra a fome e desnutrição, e a segunda geração se estabelece no domínio das práticas de consumo. Ao caracterizá-las, a autora aponta como principais fatores da consolidação da segunda geração: (1) o engajamento dos *chefs* e cozinheiros e (2) a centralidade do papel dos consumidores. A autora também aponta que entre uma geração e outra, organizações e movimentos sociais se diversificaram, o que sugere uma expansão signífica e discursiva deste universo. Assim, e tendo em vista que “a seleção de mercadorias está relacionada às relações sociais e aos valores mais importantes para a pessoa responsável por esta tarefa” (Portilho, 2009, p. 218), o consumo

enquanto forma de materializar valores e torná-los públicos, acaba por configurar-se como uma importante dimensão na esfera do ativismo alimentar, abarcando também consumidores difusamente politizados, para além dos já organizados (Portilho, 2009; 2011).

As interseções entre o consumo e a ação política já haviam sido abordadas por Canclini (1995) que, ao reconhecer as mudanças na maneira de consumir na sociedade contemporânea, aponta a descrença nas instituições como fator que leva os sujeitos a buscar, por si próprios, formas alternativas de exercício da cidadania associando-se a quem represente seus interesses no âmbito do consumo privado. O autor destaca ainda que, em um cenário com novos meios de mídia e expansão da publicidade “[...] é coerente nos sentirmos convocados como consumidores ainda quando se nos interpela como cidadãos” (Canclini, 1995, p. 14).

No esteio desta discussão destaca-se a pesquisa de Portilho e Tanaka (2019) sobre a incorporação do consumo como estratégia de visibilidade no Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), cujos esforços se concentram “na construção de alianças com consumidores urbanos, visando a construção de mercados” (Portilho, Tanaka, 2019, p. 345). Os resultados apontam para uma atuação no campo ideológico com, entre outras coisas, ações comunicativas como a criação de “palavras de ordem e bordões relacionados a essa temática” (Portilho, Tanaka, 2019, p. 347). Contudo, identifica-se a negação do MPA em assumir a categoria de consumidor como uma dimensão do sujeito político, o que leva as autoras a refletirem sobre a pertinência de relocalizar o papel do consumo enquanto um lugar de produção de significado.

Neste contexto, além dos boicotes e *buycotts*, o repertório de ação dos novos consumidores politizados inclui ações discursivas ou comunicativas e políticas de estilo de vida, de modo que a espetacularização e produção de conhecimento alimentar se sobrepõem em um regime mútuo de produção de contradições e ambivalências que pode incluir a formação de comunidades alimentares, denúncias, manifestações públicas e também disputas discursivas com vistas à reapropriação de valores e construção de vínculos de sentido. Diante disso, cabe observar as iniciativas que integram as lógicas do consumo político às práticas ativistas com a finalidade de compreender os meandros dessa trama.

## **O gastronômico como interface entre consumo e valores sociais na @CozinhaOcupação9deJulho**

Dentre as diversas possibilidades de politização do *co-mer* pela via do consumo encontra-se a iniciativa da @CozinhaOcupação9deJulho. Trata-se de uma proposta que materializa na comida as disputas políticas do território urbano, estruturando-se sobre os pilares da comensalidade, saudabilidade e sensorialidade para produzir e reforçar identidades de consumo pautadas no exercício da cidadania.

A Ocupação 9 de Julho é umas das mais famosas da cidade de São Paulo. Instalada desde o ano de 2016 na antiga sede do INSS abriga atualmente cerca de 122 famílias e recentemente conquistou na justiça que o processo de reintegração de posse pelo Estado fosse extinto<sup>4</sup>. Entendendo-se como “um centro

---

4 Disponível em: <https://jornalistaslivres.org/vitoria-sem-teto-reintegracao-9-de-julho-e-extinta/>. Acesso em: 17 jun. 2021.

cultural fervilhante da cidade”<sup>5</sup>, a ocupação conta com diversos espaços de produção e circulação de cultura: brechó, marcenaria, biblioteca, brinquedoteca, quadra de esportes, galeria de arte — inaugurada em 2018 —, espaço multiuso — para assembleias, cinema, rodas de conversa, aulas, palestras, entre outros — além de uma horta e uma cozinha coletiva com refeitório, e abriga inúmeros eventos culturais e educativos, nacionais e internacionais<sup>6</sup>. Frequentada por artistas, políticos, intelectuais e formadores de opinião, tem como um de seus espaços mais dinâmicos a cozinha coletiva que vem cada vez mais recebendo *chefs* e cozinheiros relevantes no cenário gastronômico da cidade, interessados em debater as contradições dos modelos alimentares vigentes e demais aspectos que circundam a cadeia de produção e consumo de alimentos.

A cozinha coletiva, atualmente midiaticizada na rede social Instagram com o perfil *@CozinhaOcupacao9deJulho*, surgiu como um espaço improvisado que deveria simbolizar a permanência dos ocupantes no local, materializando a ideia de resistência, um dos eixos fundamentais do Movimento Sem Teto do Centro (MSTC) e amplamente difundido no seu discurso de direito à cidade. A página no Instagram, que hoje conta com 58,9 mil seguidores, foi inaugurada em 17/03/2018 e desde então o escopo de eventos se diversificou: o espaço passou a receber oficinas culinárias das mais diversas e eventos adjacentes ao almoço de domingo como shows e espetáculos

---

5 Disponível em: <https://www.movimentosemtetodocentro.com.br/ocupacao-nove-de-julho>. Acesso em: 17 jun. 2021.

6 Disponível em: <https://www.iabsp.org.br/?noticias=11a-bienal-de-arquitetura-de-sao-paulo>. Acesso em: 17 jun. 2021.

teatrais, além de festas em datas comemorativas e do Festival Banquetaço<sup>7</sup>.

Durante a quarentena imposta pela pandemia de covid-19, a Ocupação 9 de Julho intensificou sua arrecadação e repasse de recursos para comunidades em estado de vulnerabilidade. Dentre as ações realizadas, destacou-se o *almoço de domingo*, então reelaborado a partir da campanha #lutecomoquemcuida, com produção e venda de refeições por *delivery*, com decorrente doação à população em situação de vulnerabilidade social. Já cozinham lá figuras como Helena Rizzo, Janaína Rueda, Rodrigo Oliveira, Bel Coelho, Bela Gil. Parte dos insumos utilizados são fornecidos pelo Armazém do Campo, iniciativa de comercialização do MST e a entrega fica por conta do Movimento dos Entregadores Antifascistas<sup>8</sup>, criado pelos entregadores de aplicativos insatisfeitos com a precarização de sua rotina de trabalho como forma de autoorganização.

Desde sua fundação o perfil @CozinhaOcupacao9deJulho passou a contar com um volume maior de publicações, muitas das quais com fotos encenadas e posadas, além de descrições mais detalhadas dos eventos e de seus participantes, destacando suas performances profissionais, de modo a emular uma espécie de *cena gastronômica* da cidade. Este processo de publicização reforça o discurso já presente de vinculação das pautas de rein-

---

7 Definido como um ato público e figurativizado como um banquete, consiste na distribuição de refeições para o público geral e conta com a colaboração de pequenos produtores rurais, nutricionistas, *chefs* e cozinheiros reconhecidos no cenário gastronômico, ativistas políticos e membros de organizações sociais e sociedade civil que coletam, cozinham e servem toneladas de alimentos. Disponível em: <https://mst.org.br/2023/02/15/banquetaco-2023-comemora-a-volta-do-consea/>. Acessado em: 17/03/2023.

8 Disponível em: [https://www.instagram.com/entregadores\\_antifascistas/](https://www.instagram.com/entregadores_antifascistas/). Acessado em: 18/03/2023.

vindicações políticas da Ocupação com o universo do consumo gastronômico.

Diante disso, constata-se três movimentos concomitantes: (1) o tensionamento de sentidos e valores em torno das noções de fartura e escassez; (2) o reconhecimento dos sujeitos que interagem com a página a partir de sua dimensão de consumidores e (3) configuração da noção de consumo político a partir do caráter imagético e interativo da rede social em questão, o Instagram.

Sendo assim, a compreensão do ativismo alimentar enquanto fenômeno social ultrapassa os aspectos constitutivos que determinam o *porquê* de sua existência, desdobrando-se em um processo comunicacional que nos convoca a investigar *como* se consolidam os vínculos de sentido entre os ativistas e o objeto de seu ativismo. Neste contexto cabe como questão: como as práticas do ativismo alimentar e as lógicas de consumo se tramam a partir dos discursos midiaticizados no perfil @CozinhaOcupação9deJulho?

## **Interseções entre discurso, processo de midiatização e mediações culturais**

Quando a dinâmica do consumo é determinada por uma rede social ou plataforma digital, o processo de produção de sentido se complexifica. No caso do Instagram, as diversas possibilidades de interação conferem aos discursos ali veiculados um caráter colaborativo a partir do qual alguns sentidos são consolidados ou ressignificados<sup>9</sup>. Diante disso, considera-se pertinente buscar articulações entre a Semiótica Discursiva e

---

9 Trata-se aqui da noção de *circulação de sentidos* discutida por Fausto Neto.

sua vertente Sociosemiótica com as Teorias da Mídia e as Mediações Culturais — já interseccionadas por Trindade e Perez (2016; 2019) e Trindade (2019) que entendem o próprio processo de mediação cultural —, com vistas a ampliar as possibilidades de compreensão de fenômenos de comunicação multidimensionais, primeiro buscando compreender como os temas e figuras do discurso se transformam em persuasão, para então investigar como as interações estabelecem um circuito que sanciona a narrativa em questão.

Para iniciar esta trajetória cabe recordar que “o discurso é encarado pela semiótica discursiva como uma superposição de níveis de profundidades diferentes, que se articulam segundo um percurso que vai do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais complexo” (Barros, 2001, p. 14), organizados em uma estrutura narrativa chamada *percurso gerativo de sentido* (Greimas, 1975). De forma complementar, a Sociosemiótica postula que os sentidos surgem das interações dos sujeitos com os discursos (Landowski, 2014).

No perfil do Instagram @CozinhaOcupação9deJulho o nível discursivo do percurso gerativo de sentido permite identificar temas e figuras que remetem tanto ao consumo gastronômico, como imagens de pratos montados, insumos e descrições da experiência profissional de *chefs* de cozinha e cozinheiros, quanto às demandas dos movimentos sociais, com imagens que explicitam o estado precário da estrutura física da ocupação e o uso recorrente de termos como *diálogo*, *viver, lutar, juntos, ajude*.

Já no nível narrativo, a experiência gastronômica se estabelece como objeto de valor operando a vontade do enuncia-

tário a partir da manipulação por tentação, ou seja, o discurso ressalta os aspectos positivos da Ocupação que, ao se apropriar das prerrogativas da gastronomia, gera como efeito de verdade a ideia de que aquele é um território de produção de cultura alimentar, contrariamente ao que diz o discurso hegemônico estruturante da narrativa do senso comum que criminaliza os movimentos por direito à moradia, caracterizando-os como *invasores*<sup>10</sup> de propriedade privada e tumultuadores da ordem pública<sup>11</sup>.

Neste contexto, e inserido na ordem da circulação, se encaixa a categoria de *circuito* (Braga, 2012) derivada do que pode ser entendida como uma perspectiva socialconstrutivista (Couldry; Hepp, 2013) dos processos de midiatização. Um circuito se forma quando “processos e resultados de um dispositivo interacional — como, por exemplo, as caixas de comentários das redes sociais — de ação continuada ou frequente são de interesse para outros dispositivos” (Braga, 2017, p. 45), de modo que a marcação de perfis (@) e indexação de assuntos (#) prevista pelos *affordances*<sup>12</sup> do Instagram podem culminar

---

10 Guimarães (2015) enfatiza a importância de diferenciar os termos *invasão* e *ocupação*, preocupação esta que “decorre especialmente do fato de invasão ser tipificada no Código Penal como “esbulho possessório visando à obtenção de vantagens econômicas ou financeiras”, não correspondendo, portanto, de forma alguma ao que fazem os movimentos sociais urbanos e rurais” (Guimarães, 2015, p. 724).

11 Neuhold (2009) ao pesquisar o estado das lutas por políticas públicas habitacionais dedica-se a entender a construção do debate público acerca das ocupações. Ela analisa cerca de 230 matérias no jornal Folha de São Paulo, entre 1997 a 2007, e constata a ampla associação — salvo raras exceções — do movimento sem-teto a invasões de propriedade e embates violentos com o aparato policial.

12 Conceito de James Gibson (1979) que trata das possibilidades de uso do que está ao nosso redor, trazido por Hjavard (2012) para a comunicação digital, onde as marcações de perfil (@) e a indexação de assuntos (#) permitem que se chame a atenção de determinados sujeitos para determinados assuntos.

na construção de uma rede de relações que envolve também consumidores ligados ao trabalho dos *chefs* e cozinheiros a partir da qual se alcança visibilidade para o movimento social, de modo a sancionar a narrativa criada.

Este processo de reconhecimento que se consolida a partir da criação dos circuitos de interação permite à Ocupação inserir-se mais assertivamente em disputas de poder, ligando seu processo de produção de sentido também à *submediação* (Lopes, 2019) da *institucionalidade*, localizada no eixo sincrônico do Mapa Metodológico das Mediações (1998) de Martín-Barbero. A *institucionalidade* como mediação cultural diz respeito ao estabelecimento de sujeitos e organizações como um *poder* em determinados espaços (Martín-Barbero, 2018).

Por fim, no nível fundamental do percurso gerativo de sentido se estabelecem os valores do discurso: a *abundância*, de caráter eufórico, identificado a partir das representações de fartura de insumos, preparo cuidadoso e legitimação dos usos e práticas a partir da participação dos *chefs* e cozinheiros, e a *escassez*, de caráter disfórico, identificado a partir das representações de precariedade do universo ao qual a ocupação está inserida e também nas solicitações de doações e incentivo da prática da filantropia.

A isto está ligada a *submediação* da *tecnicidade* que, junto com a *institucionalidade* permite compreender como as *lógicas de produção* das redes sociais digitais, voltadas para a espetacularização, culminam na construção de autoridade simbólica. Constituindo-se como o lugar das “destrezas discursivas” (Martín-Barbero, 2018, p. 10), as tecnicidades podem atuar na transmissão de ideias e saberes sobre as práticas de consumo.

Com isso, compreende-se que o perfil @CozinhaOcupacao9deJulho euforiza a ideia de ocupação urbana proporcionando a visibilidade de suas virtudes em um processo que se retroalimenta frente à criação de circuitos interativos, acabando por criar efeitos de verdade capazes de ressignificar sua posição enquanto ator político.

## **Considerações finais**

A articulação multimetodológica aqui proposta permite articular o conjunto de sentidos e valores do discurso frente ao seu caráter interacional. Os esforços aqui despendidos vão no sentido de articular três diferentes abordagens dos estudos de comunicação, identificando o que há de mútuo entre elas com o objetivo de compreender o fenômeno social do ativismo alimentar a partir da dimensão do consumo político. Diante disso, coube demonstrar como os discursos ativistas de reivindicação se tramam aos discursos espetacularizados próprios das lógicas de consumo.

Os resultados iniciais apontam esta articulação como profícua no campo da comunicação digital pois, ao passo em que a semiótica francesa, como uma teoria operativa do discurso, permite que se verifique o processo de construção de sentido como uma narrativa que se imprime na materialidade comunicacional, contata-se que a midiaticização do consumo gastronômico, ela própria, acaba por constituir-se como uma mediação cultural (Trindade; Perez, 2016; 2019; Trindade, 2019), que reconfigura o repertório de ação da ocupação.

## Referências

- BARROS, D. L. P. de. **Teoria do discurso: Fundamentos semióticos**. São Paulo: Humanitas FLLCH USP, 2001.
- BRAGA, J. L. Dispositivos Interacionais. *In*: BRAGA, J. L. *et al.* **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade** [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2017, p. 16–41.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução: Maurício Santana Dias; Javier Rapp. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- COULDRY, N.; HEPP, A. Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. **Communication Theory**. v. 23, Issue 3, 2013, p. 191–102.
- DÓRIA, C. A.; AZEVEDO, E. Banquetaço: ativismo alimentar e a construção de novas formas de expressão política. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Acervo *online*, 19 de março de 2019. Disponível em: <https://diplomatie.org.br/banquetaco-ativismo-alimentar/> Acesso em: 17 jun. 2021.
- GIBSON, J. J. **The ecological approach to visual perception**. Boston: HoughtonMifflin Company, 1979/1986.
- GUIMARÃES, M. C. R. Os movimentos sociais e luta pelo Direito à Cidade no Brasil contemporâneo. **Revista Serviço Social & Sociedade**, n° 124, p. 721745, 2015.
- GREIMAS, A. J. **Sobre o Sentido: ensaios semióticos**. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.
- HJARVARD, Stig. Mdiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 53–91, 2012.
- LANDOWSKI, Eric. **Interações Arriscadas**. Tradução: Luiza Helena Oliveira da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.
- LOPES, M. I. V. A Teoria barberiana da Comunicação. *In*: TRINDADE, E.; FERNANDES, M. L.; LACERDA, J. S. **Entre Comunicação e Mediações: visões teóricas e empíricas**. São Paulo: ECA-USP; Paraíba: Ed. Da UEPB, 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: três introduções. **Matrizes**, v. 12, n. 1, 2018, p. 9–31. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v12i1p9-31.

NEUHOLD, R. dos R. **Os movimentos de moradia e sem-teto e as ocupações de imóveis ociosos: a luta por políticas públicas habitacionais na cidade de São Paulo**. 2009. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Faculdade de Sociologia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Revista Política & Sociedade** (Dossiê Sociologia Econômica), v. 8, n. 15, p. 199–224, 2009.

PORTILHO, F; TANAKA, J. Ambiguidades da politização do consumo: O caso do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA) na cidade do Rio de Janeiro. **Revista Raízes**, v. 39, n. 2, p. 344–358, 2019.

PORTILHO, F. Ativismo alimentar e consumo político – Duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. **Redes** (St. Cruz Sul, Online), v.25, n.2, p. 411–432, 2020.

TRINDADE, E. Entre mediações e mídiatização do consumo: uma perspectiva latino-americana. *In*: TRINDADE, E.; FERNANDES, M. L.; LACERDA, J. S. **Entre Comunicação e Mediações: visões teóricas e empíricas**. São Paulo: ECA-USP; Paraíba: Ed. Da UEPB, 2019.

TRINDADE, E.; PEREZ, C. Consumo midiático e consumo mídiatizado: aproximações e diferenças. Uma contribuição teórico-metodológica. *In*: LUVIZOTTO, C.; LOSNAK, C. J.; ROTHBERG, D. (org.). **Mídia e Sociedade em Transformação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, v. 1, p. 13–28, 2016.

TRINDADE, E.; PEREZ, C. O consumidor entre mediações e mídiatização. **Famecos**. v. 6, n. 2, 2019.



## CAPÍTULO 4

# Fundações educativas e sociais: um olhar para o cenário brasileiro<sup>1</sup>



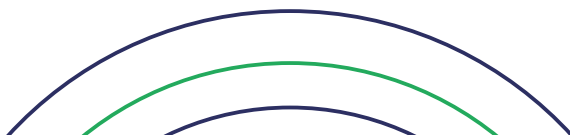
**Resumo:** Este artigo trata sobre o terceiro setor, um campo de atuação decisivo para a promoção de responsabilidade social e cidadania nas sociedades em que se destina a atuar. Compreender essa área é de extrema importância para entender o cenário que envolve o surgimento das Fundações Sociais. Discorreremos, ainda, sobre o surgimento das fundações educativas, principalmente as de origem privada, instituições gestadas nos ambientes empresariais do Brasil. O estudo foi desenvolvido na tese da autora, através de uma pesquisa bibliográfica, documental e exploratória. Foram essenciais as contribuições dos seguintes autores: Albuquerque (2006), Amaral (2000), Monteiro (2016), Salvatore (2004), Voltoni (2004), Venosa (2003), dentre outros.

**Palavras-chave:** Comunicação. Terceiro setor. Fundações sociais. Responsabilidade social. Cidadania corporativa.

---

1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.

2 Doutora em Ciências da Comunicação (USP) e Mestra em Comunicação Social (PUCRS). Jornalista e Pedagoga. Pesquisadora do grupo de pesquisas em Comunicação Organizacional (CECORP). E-mail: keynayanna@hotmail.com.



## Introdução

Para tecermos considerações sobre os conceitos e funcionalidades que envolvem as fundações sociais de caráter educativo<sup>3</sup>, segmento focal desta investigação científica, precisamos, primeiro, conhecer a área que proporciona a idealização destas instituições e que está em plena ascensão no mercado brasileiro e na academia, que é o terceiro setor.

Para Rodrigues (2004) o ponto de partida para compreender a área é estarmos conscientes de que sempre existiram problemáticas em relação ao conceito e nomenclaturas para as organizações que atuam no terceiro setor no Brasil. Algumas barreiras epistemológicas e conceituais são visíveis, pois:

Para começar, nem o que é, e mesmo quem faz parte dele, está resolvido. Temos conhecimento acumulado, experiências exitosas, mas não temos ainda sistematização e pesquisas suficientes que legitimem conceitos e definições. Tampouco teorias que tenham sido construídas com base na realidade e nas experiências brasileiras (Salvatore, 2004, p. 32).

Como retratado acima, tratar sobre a complexidade da própria sustentação da área e seu conceito ainda é uma necessidade. Salvatore (2004) caracteriza o terceiro setor como uma área de atuação regida por empresas privadas, mas com a finalidade de proporcionar benefícios públicos, pois elas não

---

3 Este artigo foi produzido durante o desenvolvimento da pesquisa de Doutorado da autora, no PPGCOM da ECA-USP. O mesmo foi apresentado na pesquisa da autora que trata sobre a investigação teórica e empírica em duas fundações sociais e educativas, mantidas pelo *Grupo Claudino*.

possuem nenhum interesse lucrativo. Para o autor, elas têm como foco desenvolver questões e projetos que fomentem a cidadania, a emancipação, além de validar os direitos humanos.

É possível notar que os primeiros estudos e trabalhos referentes ao terceiro setor foram desenvolvidos na Europa e nos Estados Unidos, nações com um viés bastante potente no campo da filantropia. Albuquerque (2006) destaca que essa realidade contribui para a área ser mais valorizada nos países desenvolvidos e que os EUA, ao longo dos anos, se tornaram um celeiro modelo a ser estudado por todas as nações que buscam uma referência a ser seguida nesse âmbito.

É importante que sinalizemos, neste estudo, o cenário que vigora na América Latina. De acordo com Albuquerque (2006), o continente sempre foi subestimado. Como aponta Voltolini (2004, p. 11), muitos são os desafios na área, pois “[...] as organizações do terceiro setor deparam-se com ambientes de atuação mais complexos, com a multiplicidade de atores e papéis, com a urgência de demandas por resultados e com a necessidade de construir a sustentabilidade de suas ações”.

Sobre as vantagens tributárias definidas para as empresas que atuam no terceiro setor, Albuquerque (2006) destaca que são ofertadas imunidade e isenção nos impostos. Mas, para isso, o autor sinaliza que as empresas devem cumprir publicamente as exigências indicadas pelo governo federal.

Com tais estímulos e benefícios, acreditamos que a atuação das empresas, nesse âmbito, se torna relevante para minimizar as desigualdades e mazelas herdadas ao longo do desenvolvimento da sociedade contemporânea. No caso do Brasil, que possui uma cultura de exploração, muitos são os desafios a serem rompidos no âmbito social.

## **Fundações sociais e fundações educativas: conceitos e campos de atuação**

As fundações são entendidas como instituições com caráter social e colaborativo que estão sediadas dentro do terceiro setor e “[...] assentam sua razão de ser no patrimônio para certa finalidade” (Venosa, 2003, p. 80). Além disso, de acordo com o pesquisador, não é qualquer doação aleatória que irá indicar a criação de uma fundação. Tais instituições precisam estar alinhadas eticamente, seguindo a legislação oficial vigente no Brasil, para atuar junto aos fins de ordem sociais, religiosos, culturais, educativos e de assistência.

De acordo com Paes (2004), na realidade brasileira não existe uma definição de ordem legal para caracterizar o que é de fato uma fundação. Todavia, o autor sinaliza que muitos pesquisadores já dissertaram sobre esse conceito, entendendo que ele não está presente como pessoa jurídica no código civil brasileiro.

Já Lisboa (2003) ressalta, em seus estudos, que as fundações devem atuar realizando um trabalho não direcionado para a vertente da remuneração, mas sim, pensando em proporcionar valores imateriais, como o acesso à cultura, arte, educação, esporte e lazer, junto aos cidadãos que não possuem condição econômica que lhes proporcionem essa realidade.

De acordo com as normas jurídicas nacionais, as fundações devem possuir um estatuto<sup>4</sup> regido pelo Ministério Público da localidade onde estão sediadas. Como relata Guasque (2008), a prestação de contas é obrigatória e deve ser feita em comum

---

4 “O estatuto é lei que passa a regular as relações e as responsabilidades entre os envolvidos e a fundação ou mesmo as associações civis” (Guasque, 2008, p. 86).

acordo com o Ministério Público, dentro da sede da fundação. Para o autor, esta metodologia é usada para evitar problemas de desvios financeiros e documentos burlados. Ademais, “[...] a modificação do estatuto da fundação depende da aprovação de 2/3 de seus dirigentes e somente se aperfeiçoará se o Ministério Público vier a aprová-la, por não contrariar a finalidade originária da entidade” (Lisboa, 2003, p. 102).

Para Rafael (2003), é importante sinalizar que em qualquer país do globo a atuação das fundações sociais será inspecionada e validada por uma autoridade de ordem pública. O estudioso indica que, no Brasil, os gestores devem estar cientes do artigo 66 do código civil brasileiro, pois é ele que dá poder ao Ministério Público para acompanhar a gestão e seguir com o monitoramento da instituição — “e, na maioria dos estados-membros existe lei estadual a amparar essa obrigatoriedade (Lei Orgânica do Ministério Público), a qual, expressamente, atribui a um promotor de justiça Cível de fundações o exame direto das contas das entidades fundacionais” (Rafael, 2003, p. 116).

Venosa (2003) sinaliza que as fundações podem ter dois tipos de formação: a forma direta e a fiduciária. Na forma direta, o idealizador da instituição é quem cuida e realiza a gestão da fundação. Já na fiduciária, ele destina essa missão para outro gestor de sua confiança. Lisboa (2003) também reforça que elas podem ser gestadas por ato *inter vivos* e *causa mortis*.

No primeiro modelo, uma pessoa física ou jurídica segue com a lavratura de escritura pública, indicando a sua intenção em atuar como um gestor (pessoa jurídica) sem fins/benefícios lucrativos, possuindo um patrimônio determinante para desenvolver todas as atividades e projetos da instituição, junto aos públicos que visa beneficiar. “Uma vez instituída a fundação,

seu início de existência ocorrerá a partir do registro de sua ata constitutiva e de seu estatuto respectivo” (Lisboa, 2003, p. 100).

Já na segunda categoria, o autor destaca que, se o idealizador da instituição deixou a fundação respaldada financeiramente, será de responsabilidade da pessoa indicada por ele valer da sua vontade e manter uma gestão diligente e ética. Para tanto, todas essas medidas serão exploradas via testamento do fundador. Ressaltamos que:

Cumpre registrar aqui que a finalidade é tão importante nas fundações que o parágrafo único artigo do art. 62 da lei nº10.406/02 (novo Código Civil brasileiro) determinou que “a fundação somente poderá constituir-se para fins religiosos, morais, culturais ou de assistência”, dispositivo esse que não encontrava paralelo no Código Civil de 1916 (Morato; Bittar, 2003, p. 146).

De acordo com os estudiosos da área, é importante indicar que uma fundação ou uma instituição da área de responsabilidade social de grandes corporações dificilmente poderiam ou deveriam ser administrados da mesma forma que uma instituição filantrópica de pequeno porte, dado que são instituições diferentes em sua composição, porte, organização, finalidade e forma de funcionamento (Salvatore, 2004, p. 33).

Nas fundações de direito privado, como é o caso das fundações estudadas nesta pesquisa, caso elas não desempenhem a sua atuação de acordo com os preceitos indicados pelo Ministério Público, elas podem ser extintas da comunidade em que atuam. Já nas fundações de Direito Público, o Ministério Público, regido pela lei, irá direcionar para onde irão os bens.

É importante ressaltarmos, também, que a maioria das fundações sediadas no Brasil, encontram-se na região sudeste (Albuquerque, 2006, p. 37). Como indica o estudo divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no ano de 2016, mais de 40% das Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil (FASFIL) estão sediadas no Sudeste. Em segundo lugar, indica-se a região Sul, com mais de 20% destas instituições. A Região Nordeste ocupou o terceiro lugar em número de instituições, que somam 18,8%. Já na Região Norte, observa-se que estão presentes 3,9% das FASFIL.

O estudo foi construído em parceria com a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (ABONG) e o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE). O IBGE indica que, desde a sua primeira edição, a pesquisa tornou-se referência nacional sobre as Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos. Portanto, os resultados obtidos com esses dados são relevantes para compreender a importância destas instituições, além de elucidar como elas estão distribuídas e organizadas no cenário brasileiro.

Neste estudo, iremos nos aprofundar sobre a realidade das fundações de caráter educativo, idealizadas pela iniciativa privada, que atuam no cenário brasileiro, principalmente, na região Nordeste. Uma vez entendida a importância e a necessidade de ter uma boa educação para se desenvolver como cidadão e profissional atuante no mercado de trabalho, e dada as fragilidades na educação pública brasileira, algumas instituições, como as fundações, foram criadas para proporcionar auxílio educacional junto a comunidades carentes. E elas vão ainda mais além:

A questão do papel das fundações na gestão das políticas sociais perpassa necessariamente o tema da pobreza. Esta existe quando um segmento da população é incapaz de gerar renda suficiente para ter acesso sustentável aos recursos básicos que garantam uma qualidade de vida digna [...] (Perret; Junqueira, 2011, p. 121).

Visualizando esse cenário, para Lisboa (2003) a fundação deverá honrar a sua finalidade institucional, além dos desejos relativos às atividades e aos projetos propostos por seu idealizador. Rafael (2003, p. 114) reforça essa visão ao relatar que “o patrimônio deve ser preservado para a consecução do fim colimado, ainda que o instituidor não esteja mais vivo, ou seja, quer tenha falecido após o nascimento da entidade por escritura pública a que esteve presente”. Sendo assim:

o patrimônio da fundação, como regra, é indisponível. Não se transfere, não deve ser exaurido, não pode ser malbaratado. Ainda que os bens afetados sejam móveis, fungíveis ou de fácil transferência, ainda assim, estando destinados a um objetivo certo pretendido pelo instituidor, jamais podem ser alienados sem autorização da autoridade pública (Rafael, 2003, p. 114).

Em uma sociedade marcada por altos índices de desigualdade social, como observamos na realidade brasileira, algumas empresas já atuam no caminho da promoção de responsabilidade social corporativa, para a promoção de cidadania e da educação popular. Sobre o seu conceito:

as fundações educacionais são pessoas jurídicas, formadas por ato volitivo do instituidor, seja por escritura pública ou testamento (e, sendo pública, através da lei), mediante a destinação de um patrimônio voltado à promoção do ensino, da pesquisa e da difusão do conhecimento (Morato; Bittar, 2003, p. 144).

Porém, mesmo diante das características acima, alguns estudiosos internacionais questionam a atuação das fundações educativas e seus campos de atuação. Vampré (1920), um dos estudiosos mais clássicos da área, indica que as fundações educativas se caracterizam como pessoas jurídicas instituídas pela iniciativa privada ou pelo estado para fins de utilidade pública. Amaral (2000) complementa essa percepção e acredita que a fundação assume esse posicionamento e deve proporcionar benefícios sociais de modo permanente e estável.

De acordo com Albuquerque (2006), as fundações sociais e educativas que comprovem a sua idoneidade e atuação junto às comunidades em que atuam, podem ter benefícios fiscais e legais, amparados na lei federal nº 91/35, regulamentada pelo decreto nº 50.517/61, pois “um dos mais graves problemas no sentido de garantir credibilidade das entidades que compõem o terceiro setor, é o de como dar-lhes transparência, possibilitando o controle participativo [...]” (Guasque, 2008, p. 90). Além disso,

no campo dos incentivos fiscais também podemos citar a Lei nº 9.249/95, que dispõe, entre outros, sobre o benefício da dedutibilidade das despesas com doações da base de cálculo do imposto de renda da pessoa jurídica tributada pelo lucro real. Esse benefício

é concedido àquelas empresas que fizerem doações a entidades de educação, as instituições sem fins lucrativos portadoras do Título de Utilidade Pública Federal ou qualificadas como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público. Ainda no campo dos incentivos fiscais, temos os incentivos às doações aos fundos da criança e do adolescente (Mosquera; Souza, 2004, p. 198–199).

Como podemos observar acima, Albuquerque (2006) também destaca que, no âmbito das isenções tributárias no Terceiro Setor, a grande maioria é destinada para instituições que atuam nas áreas de educação e assistência social. “E é por meio da imunidade tributária que o Poder Público se vê impedido de cobrar impostos daquelas entidades que prestam serviços de educação [...]” (Mosquera; Souza, 2004, p. 203).

No próximo subitem, vamos tratar sobre algumas instituições sociais educativas, que possuem destaque nacional e foram idealizadas e são gerenciadas pela iniciativa privada. Buscamos compreender o seu contexto sócio-histórico, quem foram os seus idealizadores e eventuais gestores, suas características sociais e pedagógicas, além de entender as suas expertises e frentes de atuação no mercado brasileiro.

## **Estudos sobre fundações sociais e educativas e a gestão da comunicação**

Buscando resgatar o estado da arte que versa sobre a temática de estudo da pesquisa, realizamos um levantamento acadêmico — assim como indicamos no nosso terceiro capítulo, quando abordamos as pesquisas realizadas no Brasil que

tratavam sobre a gestão da Comunicação e da Educação nos ambientes empresariais.

Primeiro, efetuamos uma consulta no banco de dissertações e teses da CAPES (2020). Buscamos localizar as obras científicas produzidas nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, no último quadriênio (2013–2016). A busca foi realizada tendo como base a inserção de três títulos para otimizar as buscas: *Fundações Sociais e a gestão da comunicação*, *Fundações Educativas e Comunicação Estratégica* e *O papel da Comunicação nas Fundações Sociais e Educativas*. Porém, mesmo trabalhando com esses três títulos, não localizamos pesquisas ligadas às temáticas na plataforma. O que notamos, ao indicar esses termos, é a visualização e encaminhamento para as pesquisas mais abertas que atuam no Terceiro Setor e ONGs.

Além da busca realizada na plataforma de dissertações e teses da CAPES, também nos debruçamos na busca por publicações em algumas revistas científicas, anais de congressos nacionais e internacionais, e em obras acadêmicas que reúnem estudos ligados à área da Comunicação Organizacional. Em todas elas, dedicamo-nos às pesquisas publicadas nos últimos cinco anos, para, assim, acessar conteúdos atuais e seguirmos com as incidências parametrizadas junto aos resultados do último quadriênio da CAPES.

## **Revistas científicas**

Sobre as revistas científicas nacionais e internacionais, foram priorizadas as mídias que publicam pesquisas destinadas ao campo da Comunicação Organizacional, como também mencionamos no capítulo anterior: *Organicom* e *Conexões*, pu-

blicações que atuam com afinco no âmbito das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional.

Outro periódico pertinente para a busca foi a revista *Comunicação e Educação*, pelo fato de a publicação ter um viés bastante social, além de sediar muitos estudos relevantes que dialogam com as áreas da Comunicação e da Educação. Por último, também averiguamos a revista *Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, editada pela *Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación* (ALAIC), publicação relevante na América Latina — os mesmos periódicos explorados no capítulo três.

Na revista *Organicom*, não localizamos nenhum artigo explorando as temáticas indicadas. No ano de 2017, observamos uma publicação destinada à área da Cidadania, mas ela também não possui trabalhos na área das Fundações Sociais Educativas. No periódico *Conexão*, também não foram localizadas pesquisas focais. Ao consultar a revista *Comunicação e Educação*, não encontramos nenhum estudo na área. A revista ALAIC possui um dossiê intitulado “Comunicação popular, cidadania e mudança social”. Porém, ele também não compartilha trabalhos focando as fundações sociais.

## **Congressos acadêmicos nacionais e internacionais**

Sobre a investigação em anais de congressos nacionais na área de Comunicação, indicamos, para este estudo, avançar na investigação entre a interface Comunicação e Educação nas organizações: o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), que possui um grupo de estudos dedica-

do às Relações Públicas e à Comunicação Organizacional; os eventos da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), que possui um grupo de trabalho chamado Estudos de Comunicação Organizacional; e os congressos da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ABRAP-CORP), instituição dedicada para as pesquisas em Relações Públicas e Comunicação Organizacional.

Sobre o resultado das buscas nos anais dos congressos indicados acima, não foi localizado nenhum estudo que trata sobre as Fundações Sociais Educativas e a importância da comunicação na sua gestão. Pautamo-nos em consultar os grupos de estudos direcionados para as áreas de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

As últimas buscas em eventos acadêmicos foram realizadas nos anais de pesquisa de dois congressos internacionais: o Congresso Ibero Americano de Comunicação (IBERCOM) e o Congresso ALAIC. Em ambos não encontramos pesquisas pertinentes para este estudo.

## **Publicações nacionais**

Uma vez que não localizamos pesquisas na plataforma CAPES, nas revistas científicas e nos congressos indicados acima, partimos para mais uma possibilidade de levantamento de estudos em nossa área de atuação. Em relação aos livros e publicações da área, algumas obras nacionais nos auxiliaram, como as publicações: *Fundações Educacionais*, *Fundações e Entidades de Interesse Social*, *Manual das Fundações e ONGs* e o livro *As Fundações privadas e as Associações sem fins lucrativos no Brasil*.

O livro *Fundações Educacionais*, com organização de Leonardo Pantaleão, publicado no ano de 2003, traz uma visão generalista sobre o Terceiro Setor e os Direitos Sociais. A obra reúne estudos de diversos pesquisadores, que focam em dialogar sobre as fundações voltadas para a atuação educativa e pedagógica.

A obra *Fundações e Entidades de Interesse Social*, do autor José Eduardo Sabo Paes, lançada em 2004, condensa aspectos jurídicos, administrativos, contábeis e tributários da área. Ela foi ampliada com base no novo acordo do Código Civil Brasileiro. Trata-se de uma obra bem complexa e aprofundada, no âmbito das fundações.

A publicação *Manual das Fundações e ONGs*, produzida por Luiz Fabião Guasque, em 2008, indica pontos importantes sobre o estado, promoção de cidadania, democracia e direitos humanos. O autor também aborda questões ligadas aos incentivos fiscais, a questão da transparência e isenções.

A pesquisa intitulada *Fundações Privadas e Associações sem fins lucrativos no Brasil*, realizada pelo IBGE, foi publicada em forma de livro, em 2016, aborda um trabalho feito em parceria com a ABONG e o GIFE. Ele teve como foco realizar um levantamento sobre as fundações e associações presentes no Brasil, elencando seus campos de atuação e localização.

Diante da limitação de obras acadêmicas e científicas sobre a grande área das Fundações Sociais e Educativas nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação no território brasileiro, debruçamo-nos, com atenção, sobre o estudo do cientista social Tiago Felipe Castro Monteiro, autor da pesquisa *O papel das fundações empresariais nas organizações e na sociedade: a comunicação estratégica como elemento agregador*, dissertação em

Ciências da Comunicação defendida na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas na Universidade Nova Lisboa, em Portugal, no ano de 2016.

O autor nos traz sua visão sobre a importância de uma gestão potente e assertiva nas fundações sociais. Ele defende a área como um pilar estratégico, infere que a sociedade mudou e a realidade corporativa também, pois “[...] as empresas, em particular, vivem hoje numa época de metamorfismo como nunca antes que as obriga a repensar e transformar com muita rapidez as suas estratégias e táticas de gestão e métodos de organização” (Monteiro, 2016, p. 93).

O pesquisador ainda enfatiza que os consumidores e públicos externos criam um vínculo afetivo com a organização, quando sabem que ela atua no âmbito social, principalmente por meio de uma fundação. Por isso, a comunicação deve ser bem pensada e estratégica. Assim, a companhia pode tocar e beneficiar mais vidas, propiciando responsabilidade social e cidadania corporativa.

## **Considerações provisórias**

Com base nas investigações e nos levantamentos indicados acima, constatamos a necessidade de estudos práticos e empíricos que tratem sobre a importância e os campos de atuação das fundações sociais criadas pela iniciativa privada, mais propriamente as que atuam no âmbito educativo e suas eventuais relações com o campo da Comunicação Organizacional.

Inferimos que o funil de pesquisas segue bastante limitado. Confirmamos esse posicionamento ao levantar dois estudos do estado da arte sobre as fundações sociais e educativas e a

importância da realização de uma comunicação estratégica. Em nossos resultados de busca, indicamos a deficiência teórica e epistemológica em relação a ambas as pautas de estudo referenciadas acima. Por isso, esta pesquisa se torna tão necessária e emblemática, principalmente para o campo dos estudos da Comunicação Organizacional e a importância da sua dimensão social.

## Referências

ALBUQUERQUE, A. C. C. de. **Terceiro Setor: história e gestão de organizações**. São Paulo: Sumus, 2006.

AMARAL, F. **Direito Civil: introdução**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

GUASQUE, L. F. **Manual das Fundações e Ongs**. Rio de Janeiro: Maria Augusta Delgado, 2008.

LISBOA, R. S. Fundações, superávit e remuneração dos seus dirigentes. *In*: PANTALEÃO, L. (org.). **Fundações Educacionais**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 96–113.

MONTEIRO, T. F. C. **O papel das fundações empresariais nas organizações e na sociedade: a comunicação estratégica como elemento agregador**. 2016. 128 p. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Nova de Lisboa, 2016.

MORATO, A. C.; BITTAR, E. C. Das Fundações Educacionais. *In*: PANTALEÃO, L. (org.). **Fundações Educacionais**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 144–169.

MOSQUEIRA, R. Q.; SOUZA, F. R. O Terceiro Setor e o Direito. *In*: VOLTOLINI, R. (org.). **Terceiro Setor: planejamento e gestão**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004. p. 193–205.

PAES, J. E. S. P. **Fundações e entidades de interesse social: aspecto jurídicos, administrativos, contábeis e tributários**. Brasília: Brasília Jurídica, 2004.

PERRET, N.; JUNQUEIRA, J. Investimento social privado: o papel das fundações corporativas na gestão das políticas sociais. **Revista REUNA**, Belo Horizonte, v. 16, n. 2, p. 121–138, maio-jun. 2011.

RAFAEL, E. J. Da fiscalização das fundações pelo poder público. *In*: PANTALEÃO, L. (org.). **Fundações Educacionais**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 114–134.

SALVATORE, V. A racionalidade do Terceiro Setor. *In*: VOLTOLINI, R. (org.). **Terceiro Setor: planejamento e gestão**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004. p. 17–34.

VENOSA, S. de S. Pessoa Jurídica. *In*: PANTALEÃO, L. (org.). **Fundações Educacionais**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 51–92.

VOLTOLINI, R. Marketing, uma ferramenta útil para o Terceiro Setor. *In*: VICENTE, M. M.; ROTHBERG, D. (org.). **Meios de comunicação e cidadania**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 59–80.



## CAPÍTULO 5

# Jornalistas periféricos na imprensa hegemônica: a experiência da Folha e do Uol<sup>1</sup>



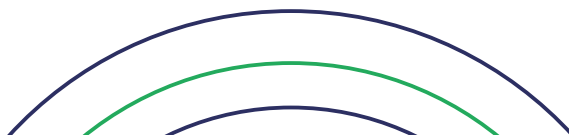
**Resumo:** O texto pretende entender a prática jornalística na imprensa hegemônica a partir de experiências do jornalismo periférico. Assim, tem o objetivo de avaliar os impactos promovidos por jornalistas periféricos e periféricas e negros e negras na produção de pautas, consulta de fontes e construção de narrativas. Como método entrevistamos jornalistas da Agência Mural que trabalharam e/ou trabalham na Folha e/ou no Uol e identificamos que esses jornalistas seguiram na imprensa hegemônica preocupados em pautar os temas das periferias.

**Palavras-chave:** Jornalismo periférico. Jornalismo hegemônico. Agência Mural. Folha. Uol.

## **Introdução**

Este artigo pretende entender a práxis jornalística da mídia hegemônica a partir das experiências jornalísticas periféricas. Em um panorama jornalístico com diferentes produtos para diversos suportes midiáticos e públicos, mas que segue produzindo e reproduzindo estereótipos quando o tema é periferia

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP com pesquisa sobre jornalismo local, as práticas jornalísticas de jornalistas negras (os) e periféricas (os) na imprensa hegemônica e os projetos de diversidade nas redações. Mestra em Ciências da Comunicação. Jornalista. Pesquisadora do grupo Jornalismo, Direito e Liberdade (JDL). Docente no curso de Jornalismo na Universidade Cruzeiro do Sul e no Centro Universitário Belas Artes.



e pessoas negras, é preciso refletir sobre um jornalismo antirracista e analisar como se dão as novas funções informativas.

Os projetos de jornalismo das periferias de São Paulo, que funcionam como agências, oficinas, escolas de jornalismo, são iniciativas jornalísticas para a produção de conteúdo noticioso mais comprometido com as realidades das periferias. Esses projetos têm temas voltados para o território, para os moradores locais, construindo uma outra narrativa sobre a vida nos bairros periféricos, considerando todo o ambiente e, segundo Tavares (2019), elegendo quais iniciativas e questões e também de que maneira essas devem ser tratadas no jornalismo.

Conforme aponta Claudia Nonato (2023) no artigo *Diversidade nas pautas jornalísticas: o caso das periferias paulistanas*, o cenário de grandes mudanças, que levou, dentre outros fatores, jovens pobres e negros, das periferias, a ingressarem nas universidades, ainda não é refletido nas redações, fazendo com que muitos desses jovens cansados de ver suas comunidades retratadas pela mídia tradicional de forma parcial e muitas vezes preconceituosa, aproveitaram as facilidades e o acesso às mídias digitais para produzir eles mesmos o jornalismo que representa sua vida cotidiana.

De acordo com Roviada (2018) parece que o trabalho dos jornalistas envolvidos nesse jornalismo periférico está em consonância com a necessidade de uma abordagem dialógica e plural, embora as linhas editoriais tragam um direcionamento mais específico do que o comumente proposto pela imprensa hegemônica.

Em artigo, Mariana da Rosa e Silva e Rogério Christofolletti (2023), apontam que paralelamente à conquista do seu espaço de mediação social, o jornalismo segue se desenvolvendo como

produto e serviço que acompanha as mudanças do capitalismo e tem seus processos produtivos afetados pelas transformações tecnológicas e culturais.

Mudanças sociais, políticas e educacionais ocorridas no país e no mundo, levaram jovens periféricos e periféricas e negros e negras a ocuparem as cadeiras dos cursos superiores de jornalismo, a fundar e participar de projetos de jornalismo de periferias, mas também a ocuparem funções na imprensa hegemônica.

Partindo dessa mudança, o objetivo deste artigo é avaliar os impactos promovidos pelo jornalismo das periferias na imprensa hegemônica, com a intenção de contribuir na compreensão sobre a práxis jornalística, a produção de pautas, a busca de fontes e a construção de narrativas, dos jornalistas periféricos e periféricas e negros e negras, nas redações dos jornais Folha de S. Paulo Uol.

Para Rosa e Silva e Christofolletti (2023) o jornalismo continua buscando seus próprios contornos à medida que mobiliza sujeitos e organizações a refazer suas práticas. Fato que ocorre em projetos jornalísticos como da Agência Mural de Jornalismo das Periferias, que nasce em 2010 como Blog Mural<sup>3</sup>, produzindo informação sobre as periferias e para as

---

3 Em 2010, o jornalista Bruno Garcez, bolsista do *International Center for Journalists* (ICFJ), realizou formações de jornalismo hiperlocal na sede do jornal Folha de S. Paulo e criou um blog para hospedar os textos produzidos pelos jovens que participam do projeto. De volta para Londres e precisando de alguém para tocar o projeto, Garcez conhece Izabela Moi, então editora-adjunta do caderno *Ilustríssima*, decide seguir com o projeto. Assim, depois de conversas com a direção da Folha, em 24 de novembro de 2010, nasce o Blog Mural, com cerca de 20 correspondentes locais, coordenados pela jornalista, contando as histórias de seus bairros nas periferias da Grande São Paulo. Em troca do conteúdo exclusivo, o blog é hospedado na Folha.com. Começa então a parceria da Mural com a Folha. Desde então, mais de 500 jovens profissionais das periferias se tornaram muralistas, no portal de notícias (<https://www.agenciamural.org.br/>) que tem como objetivo

periferias, esteve hospedado no jornal Folha de S. Paulo, e que a partir dessa parceria, que se manteve por 12 anos, publicava cinco textos inéditos semanais, *diferentes* dos publicados diariamente na imprensa hegemônica, que, conforme também aponta Nontato (2023) comumente traz estereótipos negativos quando os temas são periferias.

Partindo dessa perspectiva, de produção de conteúdo jornalístico mais plural, diverso, abordando as periferias, as questões de raça, de gênero e de classe na imprensa hegemônica, observamos que as empresas jornalísticas têm anunciado iniciativas de diversidade, visando a inclusão de jornalistas periféricos e periféricas e negros e negras.

O grupo Folha tem, nos últimos anos, lançado esforços para implementar iniciativas voltadas para a diversidade. A Folha, em 2019, estabeleceu uma seção editorial dedicada a esse tema, chamada Diversidade, *com objetivo de refletir sobre a variedade da vida social no país e o dia a dia na Redação*<sup>4</sup>; em 2021, lançou programa de treinamento em jornalismo diário destinado a profissionais negros<sup>5</sup>, e, mais recentemente, em 2022, um grupo de 17 jornalistas do periódico criou um Comitê de Inclusão e Equidade, para promover a diversidade<sup>6</sup>.

---

“minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias”.

- 4 Folha cria editoria com missão de estimular diversidade em reportagens. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/folha-cria-editoria-com-missao-de-estimular-diversidade-em-reportagens.shtml>. Acesso em: 14 jul. 2024.
- 5 Folha lança programa de treinamento destinado a profissionais negros. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/folha-100-anos/2021/02/folha-lanca-programa-de-treinamento-destinado-a-profissionais-negros.shtml>
- 6 Jornalistas da Folha criam Comitê de Inclusão e Equidade para diversidade no jornal. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/novo-em>

Apesar das ações tardias, das pesquisas e estudos que mostram que jornalistas periféricos e periféricas e negros e negras ainda são a minoria nas redações<sup>7</sup>, há ações que estão sendo notadas no jornalismo, onde identificamos um aumento de profissionais periféricos e periféricas e negros e negras.

## **Percurso metodológico**

Este trabalho seguirá a metodologia de pesquisa exploratória e qualitativa. De acordo com Gil (2002), as pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema. “Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado” (Gil, 2002, p. 41).

Para compreender a práxis jornalística — pautas, fontes e narrativas —, de jornalistas periféricos e periféricas e negros e negras na imprensa hegemônica, foram realizadas algumas entrevistas. Para Thiollent (1987), questionários e entrevistas são técnicas de observação direta porque estabelecem um contato efetivo com as pessoas implicadas no problema investigado.

---

[-folha/2022/05/jornalistas-da-folha-criam-comite-de-inclusao-e-equidade-para-diversidade-no-jornal.shtml](#)

- 7 Estudo do GEMAA (Grupo de Estudos Multidisciplinares de Ação Afirmativa) mostra que 84% dos jornalistas atuantes nos três maiores jornais impressos do Brasil – Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo –, são brancos. Ao analisar o perfil raça e gênero, a maioria é homem branco, seguido por mulher branca, em menos proporção estão homens negros e mulheres negras. Indígenas não aparecem. De acordo com o Perfil Racial da Imprensa Brasileira, de 2021, são 77,6 % de jornalistas brancos, 20,1% de negros (pretos e pardos), 2,1% de amarelos e 0,2% de indígenas.

[...] A diferença entre questionário (eventualmente aplicado em entrevista dirigida) e as entrevistas semiestruturada e não-diretiva reside na extensividade do primeiro (grande número de pessoas e fechamento das perguntas) e na intensidade das segundas (pequeno número de pessoas e grande abertura das perguntas para maior “profundidade”) (Thiollent, 1987, p. 33).

Nesse primeiro momento foram realizadas entrevistas semiestruturadas (em que há abertura para as perguntas e maior liberdade para as falas do entrevistado) com quatro jornalistas e uma midióloga que passaram por um projeto de jornalismo de periferias, a Agência Mural de Jornalismo das Periferias, e que foram ou são jornalistas da Folha e/ou do Uol, com objetivo de conhecer os impactos promovidos na construção de pautas, indicação de fontes e na produção das narrativas jornalísticas.

Conversamos, em 2023, com as jornalistas Izabela Moi, diretora executiva e cofundadora da Agência Mural; Katia Flora, que participou, em 2023, do Programa de Treinamento em Jornalismo Diário da Folha, o terceiro exclusivo para profissionais negros; Rafael Balago, que foi repórter da Folha por nove anos; Beatriz Sanz, com duas passagens pelo Uol; e a midióloga Ingrid Fernandes Ruela, analista de conteúdo do Uol.

## **Diversidade e pluralidade de pautas e fontes**

Conforme apontamentos de Nonato (2020) as transformações no jornalismo têm sido abordadas nos últimos anos a partir de diversos âmbitos e pesquisas. Apesar das mudanças ocorridas, as pautas da imprensa hegemônica continuam sen-

do aquelas relacionadas à violência e/ou ao preconceito e “tal fato acontece, entre outros fatores, porque não há diversidade nas nossas redações, formadas desde sempre por pessoas brancas, privilegiadas e de classe média/alta” (Nonato, 2020, p. 188). Fatores que interferem nas narrativas construídas, revelando vieses desde a produção de pautas, seleção de fontes, até a publicação do texto.

Para Lage (2005), no conceito mais amplo do ofício, jornalistas exercem atividade de natureza técnica caracterizada por um compromisso ético peculiar. Para o autor, “cabe aos jornalistas selecionar informações que interessam e são úteis ao público (o *seu* público, o público-alvo)” (Lage, 2005, p. 46); além de atributos como informar de forma atraente, buscar a verdade aos fatos, admitir a pluralidade e manter cuidados éticos com relação a prejuízos causados a pessoas, coletividade instituições por informação errada ou inadequada a circunstâncias sensíveis. Ou seja, um empenho em noticiar, respeitando a pluralidade.

Ao refletir acerca dos aspectos da noção de objetividade jornalística e suas relações com o machismo e o racismo nas estruturas de produção jornalística, Fabiana Moraes e Marcia Veiga da Silva (2019) afirmam que o jornalismo não vem sendo capaz de complexificar fenômenos sociais “[...] e que neste sentido, o jornalismo vem operando enredado às tramas de poder-saber, reproduzindo valores dominantes a partir das lentes de uma racionalidade excludente” (Moraes; Veiga da Silva, 2019, p. 12). Como uma prática social, o jornalismo precisa ser pensado nas diferentes formas pelas quais se integra e se manifesta nesta realidade social.

A diferença entre o jornalismo hegemônico e projetos jornalísticos que buscam outras formas de narrar as periferias, segundo Carvalho e Bronosky (2017), está na hierarquização das informações e pela presença de vozes ou fontes (Rovida, 2018). Ou, segundo Oliveira (2017), sobre uma prática jornalística emancipatória “[...] é uma prática jornalística que constrói um olhar crítico de *personagens, cotidiano e ambiente* buscando deslocá-los da sua funcionalidade e reposicioná-los dentro de uma perspectiva estrutural” (Oliveira, 2017, p. 29).

## **Observações iniciais sobre jornalistas periféricos e periféricas na Folha e no Uol**

Em 2010, quando surge o blog Mural, projeto de jornalismo de periferias, local, contra-hegemônico, comunitário<sup>8</sup>, já existiam e produziam conteúdo jornalístico da e para as periferias. Mas como disse a cofundadora da Mural Izabela Moi, “foi a primeira vez que essa aliança centro-periferia acontecia com essa visibilidade e credibilidade. A credibilidade de estar dentro do jornal” (Moi, 2023).

---

8 Nonato (2018) apresenta autores e pesquisas sobre a comunicação feitas nas periferias. Sonia Aguiar (2016), que analisou a mídia local e regional do Brasil; Dornelles (2008) e Peruzzo (2009) que chamam de *jornalismo local* ou *jornalismo comunitário*, considerando publicações mais *comprometidas socialmente*; João Paulo Malerba (2014) propondo um entendimento das mídias popular, alternativa ou comunitária como contra-hegemônica, numa perspectiva gramsciana; Felix, Fragoso e Costa (2017) que destacam as formas híbridas de produzir comunicação a partir de pesquisas sobre a comunicação feita nas favelas do Rio de Janeiro, *para os autores, o popular e o comunitário não se confundem e não estão em lados opostos, mas apresentam características inovadoras*; além dos componentes críticos e identitários do sujeito periférico presente pesquisa de doutorado de Tiarajú Pablo D'Andrea (2013).

Quando a Mural chegou [na Folha] foi uma novidade, era descobrir um novo planeta, as pessoas comentavam comigo das histórias que a gente publicava. Eu acho que mudou principalmente essa história de que estamos cegos para 85% do território da Grande São Paulo. Eles sabem que eles não enxergam tudo, que eles não cobrem tudo. Das pessoas que assinam a nossa *newsletter* [Mural] tem um monte de jornalista que quer ficar de olho nessa pauta, justamente porque é um lugar que eles não cobrem, não sabem onde está (Moi, 2023).

Beatriz Sanz se tornou muralista em 2014. Em sua primeira passagem pelo Uol, em 2019, Beatriz atuou na editoria de *hardnews*, espaço que para ela era um pouco mais complicado de ter a preocupação, o cuidado maior com a pauta porque no *hardnews*, *aconteceu e já vai*. Mas, para ela, as lutas em busca de pluralidade não se esgotaram na pauta. “Às vezes eu trazia alguma ideia, eu trabalhava alguma coisa, mas o que eu consegui fazer de fato, foi uma questão mais estrutural, a de chamar atenção e falar a gente precisa de mais pessoas negras na redação” (Sanz, 2023). Beatriz criou um Banco de Talentos Negros no Uol, e no mesmo ano, seis estagiários negros entraram no portal.

A questão foi o caso George Floyd. Houve uma cobrança da sociedade e uma preocupação. Houve, hoje não há mais essa preocupação. Foi um momento que a gente conseguiu pautar mais coisas, discutir estruturalmente, pautar jornalisticamente mudanças, cobrar mais essa sensibilidade. Isso foi em 2020, estamos em 2023 e ela foi caindo. Existe uma

mudança desde então, mas ela ainda é muito devagar (Sanz, 2023).

A chegada de Rafael Balago na Folha de S. Paulo ocorreu no mesmo ano da sua chegada na Mural, 2012. Desde então, no jornal, ele somou passagens pelo Guia Folha, Revista da Folha, editorias de Internacional e Economia. Ele deixou a Folha, não a Mural.

Quando eu cheguei lá [Folha] eu virei meio editor da Mural e comecei a pensar em caminhos para levar mais conteúdo da Mural para a Folha. No Guia Folha eu consegui fazer roteiros culturais na periferia, o Guia dava atrações de lazer, mas no centro expandido ou nas unidades do Sesc, mas a gente não dava restaurante bom na periferia, um bar, uma exposição, uma produção local. A gente criou uma coluna que era quinzenal e depois virou semanal e durou até a pandemia. Foi legal porque a gente colocou os muralistas para escrever. Durou mais ou menos seis anos. Eu acho que isso ajudou a imprensa a pautar um pouco a periferia (Balago, 2023).

*Um trabalho de formiguinha.* Assim Rafael define a tarefa de levar para a Folha pluralidade nas pautas e fontes. “Encontrava no corredor, mandava um e-mail, puxava uma conversa. E acho que o jornal era bem aberto à Mural naquele tempo” (Balago, 2023). Ser morador de Pirituba (zona noroeste da capital paulista), na época, e ser muralista, possibilitou ao repórter pautar, por exemplo a cobertura de painéis nas periferias.

Acho que a Folha mudou bastante nos últimos anos, por causa do trainee para pessoas

negras, que trouxe novos repórteres para o jornal com uma perspectiva diferente. Eu acho que isso tem mudado a pauta. Há 10 anos tinha mais repórteres das periferias, mas o nosso bairro não interessava e eles contavam as histórias do centro que a Folha sempre contou. Eu acho que a Mural foi um pouco pioneira nisso, de falar que nossas histórias também são interessantes para o jornal. Hoje eu vejo menos pautas locais, como fazíamos na Mural, e mais pautas identitárias, de inclusão (Balago, 2023).

Ingrid Fernandes Ruela, entrou na Mural no fim de 2019 e seu papel era, sobretudo, gestão das comunidades, das redes sociais e desenho da estratégia de distribuição de conteúdo. Em 2022 ela publicou um texto<sup>9</sup> no Blog da Mural na Folha e após a leitura do texto, o editor do Núcleo de Diversidade do Uol, contratou Ingrid como analista de conteúdo do portal.

Inicialmente a proposta de trabalho no Uol também seria bastante focada não só nas regiões das periferias da Grande São Paulo, mas no Brasil todo, escalar a ideia de chegar aos públicos que o Uol não atinge hoje, mas isso morreu. É um grande investimento de estrutura. Não deu certo (Ruela, 2023).

Ingrid, que segue no Uol, sem projetos específicos sobre as periferias, mas levando “algo no proceder, uma postura que, sobretudo, é de interlocução com os colegas. Eu me aventurei

---

<sup>9</sup> Jornalismo via WhatsApp: entre o público e o privado. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/mural/2022/04/jornalismo-via-what-sapp-entre-o-publico-e-o-privado.shtml>. Acesso em: 14 jul. 2024.

escrever envolvendo questões que refletem sobre desigualdades, questões de raça e gênero” (Ruela, 2023).

Kátia Flora é muralista desde 2014 e, em 2023, participou do terceiro programa de treinamento para profissionais negros da Folha. “A Folha é muito macro, isso me impactou [ao chegar no trainee], mas eu tenho a Mural enraizada e todo aprendizado eu levo para as pautas da Folha, trazendo o protagonismo das pessoas periféricas, pretas, LGBTQIAPN+, levando essa pluralidade”.

## Algumas considerações

Em artigo, Rovida (2018) reflete sobre a periferia ser pensada, geralmente, como um lugar distante:

com base nessa noção de periferia como locus de segregação socioeconômica e consequentemente de periféricos como sujeitos marginalizados por sua condição de vinculação a esses territórios, é possível entender como se constitui a visão dos que estão fora desse contexto urbano (Rovida, 2018, p. 12).

No mesmo artigo, ela relaciona, a partir de estudos do geógrafo Milton Santos, além da distância geográfica, o empobrecimento. Para a autora a relação feita por Santos entre o empobrecimento da periferia e a geografia<sup>10</sup> ajuda a compre-

---

10 O empobrecimento da periferia provoca a formação de uma verdadeira *periferia dentro do polo*. A noção de periferia estava até aqui carregada da noção de *distância*, que constitui, de longe, o fundamento da maior parte das teorias espaciais e locacionais. À essa noção de periferia, dita “geográfica”, é preciso opor uma outra, a de periferia socioeconômica, se levarmos simultaneamente em consideração os lugares tornados marginais ao processo de desenvolvimento e, sobretudo, os homens rejeitados pelo crescimento. Estes

ender de que maneira a periferia e os periféricos participam do contexto mais amplo da cidade, ao mesmo tempo que é possível entender “que tal visão é insuficiente para compreender como os próprios periféricos apreendem esse território” (Rovida, 2018, p. 61).

A ocupação de espaços na imprensa hegemônica por jornalistas periféricos e periféricas e negros e negras é determinante para que as políticas, manuais, comitês, saiam do papel e sejam efetivadas. Beatriz Sanz (2023) diz: “Não encontrei espaço, mas criei algumas ferramentas”, para poder discutir temas de raça, classe e gênero nas editorias do Uol. Rafael falou de fazer “um trabalho de formiguinha” quando apresentava temas das periferias para as diferentes editorias na Folha de S.Paulo.

Para a produção de conteúdo jornalístico mais inclusivo, plural e diverso é preciso considerar as pautas, a escolha das fontes e a participação de jornalistas que estejam engajados na construção desse jornalismo. Acreditamos que ser da periferia faz com que esses jornalistas estejam mais atentos à angulação dos assuntos abordados e, assim, possam entregar conteúdos mais comprometidos com as realidades das periferias, que não esteja apenas interessado em violência e pobreza.

A necessidade de uma abordagem inclusiva e plural na imprensa hegemônica pode ser observada na fala dos jornalistas, que no dia a dia da redação empenhavam-se por um jornalismo mais inclusivo, com mais pautas e fontes sobre as periferias, as questões de raça e de gênero. Conhecer a práxis jornalística, a

---

homens formam a periferia social dentro do polo econômico e, se o modelo de crescimento continuar a ser o que é, estão arriscados a, por longo tempo ainda, encontrar aí sua única residência possível (Santos, 1979, p. 65).

partir dessas experiências é contribuir para os estudos de jornalismo numa perspectiva antirracista e decolonial.

## Referências

BALAGO, R. **Jornalistas periféricos na imprensa hegemônica: a experiência da Folha e do Uol.** [Entrevista concedida a] Edilaine Heleodoro Felix. São Paulo, 15 ago. 2021.

FLORA, K. **Jornalistas periféricos na imprensa hegemônica: a experiência da Folha e do Uol.** [Entrevista concedida a] Edilaine Heleodoro Felix. São Paulo, 11 ago. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LAGE, N. **Teoria e técnica do texto jornalístico.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MOI, I. **Jornalistas periféricos na imprensa hegemônica: a experiência da Folha e do Uol.** [Entrevista concedida a] Edilaine Heleodoro Felix. São Paulo, 15 ago. 2021.

NONATO, C.; CAMARGO, C. A.; PACCHI FILHO, F. F. Periferia: um lugar para a identidade no discurso de jornalistas. **E-Compós**, v. 23, 2020.

NONATO, C. Diversidade nas pautas jornalísticas: O caso das periferias paulistanas. **Revista Extraprensa**, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 183–198, 2020. DOI: 10.11606/extraprensa2020.153455.

OLIVEIRA, D. **Jornalismo e emancipação: uma prática jornalística baseada em Paulo Freire.** Curitiba: Ed. Appris, 2017.

RAMOS, J. C. L.; SOUZA, E. A. “Ouça sempre o outro lado”: a pluralidade de fontes na perspectiva dos manuais de redação. **Novos Olhares**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 109–119, 2019. DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2019.155227.

ROSA E SILVA, M.; CHRISTOFOLETTI, R. Novas experiências de jornalismo no Brasil: potências e limites para uma nova governança social. **Revista Líbero**, ANO XXI, n° 41, p. 156–171, jan./jun. 2018.

Disponível em <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/issue/view/51/showToc>. Acesso em 4 out. 2023.

ROVIDA, M. As periferias pelos periféricos – em busca de uma outra narrativa. *In: 16º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO*. SBPJor 2018, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: SBPJor, 2018.

RUELA, I. F. **Jornalistas periféricos na imprensa hegemônica: a experiência da Folha e do Uol**. [Entrevista concedida a] Edilaine Heleodoro Felix. São Paulo, 4 out. 2021.

SANZ, B. **Jornalistas periféricos na imprensa hegemônica: a experiência da Folha e do Uol**. [Entrevista concedida a] Edilaine Heleodoro Felix. São Paulo, 16 ago. 2023.

SILVA, M. V. da; MORAES, F. A objetividade jornalística tem raça e tem gênero: a subjetividade como estratégia descolonizadora. *In: ANAIS DO 28º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2019*, Porto Alegre. *Anais [...]*. Campinas, Galoá, 2019. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2019/trabalhos/a-objetividade-jornalistica-tem-raca-e-tem-genero-a-subjetividade-como-estrategia?lang=pt-br>. Acesso em: 4 out. 2023.

TAVARES, L. **O jornalismo das periferias de São Paulo entre a experimentação e a atualização de práticas convencionais**. Santa Catarina, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215721>. Acesso em 04 out. 2023.

THIOLLENT, M. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Polis, caps. I e II, p. 31–77, 1980.



## CAPÍTULO 6

# O papel da publicidade nas políticas públicas: reflexões sobre campanhas de vacinação e seus efeitos na percepção sobre vacinas<sup>1</sup>



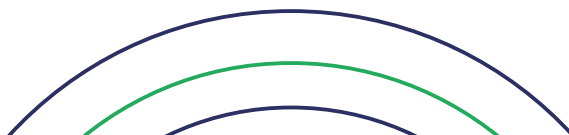
**Resumo:** Este trabalho compõe reflexões da pesquisa realizada no doutorado, cuja proposta é investigar os efeitos da comunicação persuasiva na percepção sobre vacinas e a hesitação vacinal. Busca-se aqui debater os aportes iniciais sobre o papel da publicidade e das campanhas de vacinação no cenário brasileiro, destacando, de forma teórica, seus benefícios para a comunidade e a saúde pública, bem como dilemas contemporâneos e os desafios que se apresentam.

**Palavras-chave:** Publicidade. Vacinação. Campanhas de vacinação. Zé Gotinha. Comunicação persuasiva.

## Introdução

Em março de 2020, o diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS) tomou lugar diante de diversos jornalistas em uma coletiva que traria em pauta o avanço global de infecções pelo vírus da Sars-Cov-2, conhecido como *novo coronavírus*, e causador da doença chamada de covid-19. O mundo

- 
- 1 Trabalho apresentado no Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Doutorando e mestre pelo PPGCOM USP (ST2. Processos comunicacionais: tecnologias, produção e consumos; orientador: Prof. Dr. Leandro Leonardo Batista). Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela mesma instituição. Atualmente é membro e pesquisador do Lab 4C (Centro de Comunicação e Ciências Cognitivas). e-mail: vinicius.sarralheiro@usp.br.
  - 3 O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance code 001.



estava oficialmente vivendo a pandemia e se transformando de diversas maneiras, incluindo o olhar para a saúde pública e a vacinação, bem como as relações sociais e tecnológicas.

Nesse cenário, a comunicação ganhou centralidade na discussão dos temas, não só por sua instância midiática, mas também dando voz a especialistas e colocando em pauta na sociedade as questões de risco em relação ao novo vírus e os cuidados preventivos a cada avanço nas pesquisas. Esse impulso comunicacional contribuiu para a circulação de uma série de discursos sobre novos objetos que fariam parte de nosso cotidiano — tais como máscaras, *face shields*, álcool em gel, entre outros —, sobre temas que já não circulavam com tanta frequência entre os debates das comunidades, como prevenção e vacinação, por exemplo, e sobre novas formas de sociabilidade com os isolamentos impostos pela pandemia, com as videochamadas e as redes sociais ganhando protagonismo na mediação entre os sujeitos.

Esta pesquisa partiu desse contexto, que afetou a todos nós e deu uma maior importância para a comunicação de riscos, campo que atua em verificar o papel da comunicação na interação com esses contextos (Kasperson *et al.*, 1988; Batista, 2008). Apesar dessa importância percebida com a pandemia, esse é um campo ainda pouco explorado no Brasil, principalmente sob o ponto de vista da comunicação e, menos ainda, da comunicação massiva.

Por isso, esse trabalho se apresenta em um momento em que o debate do lugar da comunicação de risco no Brasil é fundamental para compreender o contexto social e midiático, as possíveis e futuras transformações tecnológicas, bem como os impactos nos contextos de saúde, em especial na vacinação, ob-

jeto desta análise. A escolha dessa temática se justifica também pelo entendimento de que o uso de ferramentas e elementos comunicacionais podem resultar em efetivo engajamento popular aos temas e à promoção da saúde pública, com o objetivo de gerar um benefício coletivo (Araújo; Cardoso, 2007; Fernandes *et al.*, 2021).

## Contexto

Em 2019, a OMS colocou a *hesitação vacinal* entre as principais ameaças à saúde global (OPAS, 2019). Pouco tempo depois, a pandemia de covid-19 emergiu como preocupação pelo mundo, causando diversas transformações; dentre elas, vacinas para a covid-19 foram desenvolvidas, testadas e parcialmente implantadas em velocidade notável. A vacinação hoje é uma esperança do retorno total à normalidade, bem como a principal medida de controle da pandemia. Contudo, esse fenômeno também colocou em pauta discussões em relação à hesitação a esta e outras vacinas, que aliadas às chamadas *fake news* e a políticas de governos negacionistas, tornaram-se obstáculos substanciais no Brasil e no mundo.

Conforme aponta Macdonald (2015), o conceito de hesitação vacinal refere-se à demora na aceitação ou recusa, apesar da disponibilidade de serviços de vacinação. A hesitação vacinal é complexa e depende do contexto, variando em relação ao tempo, lugar ou tipo de vacina, mas é um conceito amplo, que descreve bem esse cenário que representa os movimentos antivacinas. A autora aponta ainda que a hesitação vacinal é influenciada por fatores como complacência, conveniência e confiança. Confiança diz respeito à credibilidade na efetivi-

dade e segurança das vacinas, na competência do sistema de aplicação das vacinas e, por fim, nas motivações dos legisladores que implantaram o programa de vacinação. Complacência está relacionada à baixa percepção de risco individual e uma maior atribuição de valor a outras tarefas cotidianas do dia a dia, que podem parecer mais importantes do que se vacinar. Conveniência é afetada pela disponibilidade física, preço da vacina e a consequente disposição a pagar, acessibilidade geográfica, além da qualidade do serviço de aplicação da vacina em si (Macdonald, 2015). Todos esses fatores ganham, ainda, mais peso quando a comunicação para a prevenção e para o estímulo à vacinação é ineficaz.

Brotas *et al.* (2021) destacam que as mídias sociais e o crescente contexto político trouxeram para a esfera pública o debate antivacina, que antes era restrito apenas a algumas comunidades. Além disso, o discurso antivacinação, sobretudo durante a pandemia, parece ter sido associado com mais força à desinformação e às teorias conspiratórias nesses espaços (Recuero; Soares, 2020), gerando insegurança e incerteza sobre a eficácia de vacinas.

Essas pautas reacendem o debate sobre a importância da vacinação e do processo de comunicação e persuasão dentro dessa esfera da saúde pública. O discurso antivacinação e a hesitação vacinal não são fenômenos novos, mas ganharam força no Brasil e no mundo nos últimos anos. Soma-se a isso o fato de, como apontam Fernandes e colaboradores (2021), se apresentar na contemporaneidade uma espécie de paradoxo da eficácia da vacinação: com a diminuição e erradicação de diversas doenças ao longo dos anos, a população vem apresentando uma baixa adesão a algumas vacinas no contexto atual.

Devido ao êxito das vacinas em toda a sua história, hoje muitos perderam o foco na importância que elas têm, uma vez que as gerações atuais se esqueceram ou não viveram em tempos em que havia um número limitado de vacinas, com epidemias e surtos constantes de doenças como varíola, rubéola e poliomielite (Fernandes *et al.*, 2021, p. 10–11).

Desse modo, torna-se mais evidente a necessidade de colocar a comunicação como parte importante e integrante das políticas públicas, bem como buscar novos formatos discursivos a fim de amplificar o contexto persuasivo que envolve a temática.

Entre os desafios atuais de vacinação e prevenção, uma das maiores preocupações é atingir vastos segmentos da população em curtos períodos de tempo e com grande sensibilização, o que considera fatores como estrutura, logística, operações e políticas específicas de cada localidade, juntamente com uma mensagem unificadora e coesa — algo que a recente pandemia ressaltou em sua importância. Assim, esse é o papel das campanhas de vacinação que, promovendo discursos de engajamento e educativos, aliados às tecnologias e à infraestrutura necessárias para o combate às doenças e outras ameaças à saúde, buscam a participação e o envolvimento das comunidades na promoção de uma cultura de saúde (Massey *et al.*, 2013; Fernandes *et al.*, 2021).

## **O papel da Comunicação Persuasiva**

A publicidade é um formato de comunicação caracterizado pela persuasão e que está fortemente presente no cotidiano da sociedade, integrando o sistema comunicativo (Piedras, 2009).

Desse modo, diversos autores, no contexto das ciências sociais e humanas, lançaram seus olhares para a comunicação persuasiva, seja criticando seu poder de manipulação e alienação (como, por exemplo, Araújo; Cardoso, 2007), seja defendendo sua funcionalidade econômica e social (como, por exemplo, Trindade, 2014).

Essas perspectivas encontram um reflexo no contexto latino-americano em Jesús Martín-Barbero (2003), que propõe a abordagem como processo e não apenas como objeto, colocando a publicidade tanto no âmbito econômico, quanto sociocultural. Assim, sua relevância na contemporaneidade se dá

[...] não só pelo capital econômico investido nela anualmente, mas porque na publicidade, e com ela, nossa sociedade constrói e reconstrói, dia após dia, a imagem desde a qual se vê e faz ver-nos a cada um, um imaginário a partir do qual se trabalha e se deseja (Martín-Barbero, 2003, p. 67).

A partir de seu mapa das mediações, o autor fornece pistas sobre as relações da publicidade com as instâncias materiais e simbólicas do mundo social, bem como seu caráter massivo e individual. A relevância desse pensamento, portanto, está em reconhecer que a comunicação — inclusive a persuasiva — está mediando todas as formas de vida cultural e política da sociedade, uma vez que a sociedade contemporânea é uma sociedade de comunicação.

Essa perspectiva privilegia o olhar para a integração com os campos da saúde e dos riscos em diversas dimensões: acadêmica, instrumental, da produção do discurso e de processos educacionais (Vasconcelos *et al.*, 2016). É nessa interface que

campanhas de comunicação pública são empregadas para ampla difusão de mensagens de conscientização e educação, ampliando a informação sobre pautas sociais e a busca pela promoção da saúde, como também incentivando e persuadindo a adoção de comportamentos e atitudes em saúde por parte da sociedade (Porto, 2005; Lacerda, 2014; Miola; Marques, 2019). Desse modo, a busca por gerar impactos transformadores, seja através de bens ou serviços prestados, é dever do Estado e está de acordo com os princípios formadores do SUS (Brasil, s/d), o que torna a comunicação persuasiva uma estratégia fundamental para a promoção da saúde e controle de doenças transmissíveis (Barry *et al.*, 2013).

Quando o emissor é o Estado ou outras entidades oficiais estamos perante campanhas cujo objectivo [sic] é, claramente, a disseminação de informação pública. O Estado diagnostica as necessidades dos cidadãos e do país e luta para combater os flagelos da sociedade moderna (Gonçalves, 2005, p. 279).

Para tal, campanhas persuasivas de vacinação devem ser pautadas por três pilares (Fernandes *et al.*, 2021):

1. *Educação e Conscientização*: As campanhas publicitárias de vacinação têm o poder de educar a população sobre os benefícios das vacinas, esclarecendo dúvidas e mitos comuns, além de fornecerem informações precisas sobre a prevenção de doenças e os riscos associados à não vacinação. Essa educação é essencial para que as pessoas tomem decisões informadas sobre sua saúde e a de suas comunidades.
2. *Mobilização e Engajamento*: Além de educar, as campanhas de vacinação têm a tarefa de mobilizar e engajar a popula-

ção a agir, buscando a prevenção — daí o principal aspecto do discurso persuasivo.

3. *Criação de Confiabilidade*: A confiança na segurança e eficácia das vacinas é fundamental e as campanhas publicitárias desempenham um papel importante na construção e manutenção dessa confiança. Em geral, as campanhas destacam a pesquisa científica por trás das vacinas, mostram depoimentos de profissionais de saúde e/ou contam histórias de sucesso de pessoas que foram vacinadas com êxito.

Diante de todo esse contexto, como apontam Nowak e colaboradores (2015), as campanhas de vacinação são meios eficazes de comunicar informações importantes para o público em geral, num curto período de tempo e com um discurso unificado; além de serem um importante instrumento de participação pública e acesso à informação, sobretudo por seu caráter massivo.

## O país do Zé Gotinha

Todo esse cenário se materializa no Brasil na figura do personagem Zé Gotinha, criado em 1986 pelo Ministério da Saúde, o personagem se tornou um símbolo das campanhas de vacinação no país. Sua figura simpática e memorável foi projetada para atrair crianças, mas acabou capturando a imaginação de brasileiros de todas as idades (Villarreal, 2017; Rosa, 2021).

Criado inicialmente para a campanha de vacinação contra a poliomielite, o Zé Gotinha representa a amigabilidade e acessibilidade da vacinação, tornando a prática menos intimidadora para as crianças e garantindo que os pais reconheçam a importância da imunização. A familiaridade e confiabilidade

transmitidas pelo personagem têm sido essenciais para superar hesitações e mitos sobre vacinas, promovendo a vacinação como uma ação coletiva e necessária, tanto que sua adesão como mascote transbordou para as campanhas de outras doenças, tornando-o o símbolo oficial do movimento e das campanhas pela vacinação no Brasil (Ministério da Saúde, s/d.).

Independentemente das instituições e das questões políticas vigentes, a trajetória, alcance e pertinência da mascote é atestada pelo acolhimento do público.

É o personagem que mais tempo permanece no ar. Mesmo quando o Ministério da Saúde some com ele, os Estados continuam a usar. Ele veio com a importância de mudar o foco das campanhas de vacinação, que eram feitas só para os adultos e hoje também atingem as crianças (Rosa, 2021, n. p.).

A utilização do Zé Gotinha no processo nacional de imunização revolucionou a adesão à vacina (Villarreal, 2017), pois traz uma abordagem lúdica e, ao mesmo tempo, pedagógica, explicando conceitos sobre doenças, prevenção e o funcionamento da vacinação, além de seguir os três pilares do processo persuasivo para as campanhas. Também, percebe-se que a intenção com a criação da marca-mascote Zé Gotinha foi chamar a atenção do público infantil e colocá-los dentro do processo de comunicação, garantindo participação pública e preparando as próximas gerações para a importância do processo vacinal.

Partindo da ideia de diminuir o medo da vacina, problema que se apresenta desde a concepção das estratégias de divulgação, com o Zé Gotinha e suas campanhas circulando, destaca-se a importância de educar, mobilizar e encorajar as famílias a

participar do Plano Nacional de Imunizações (PNI), além de se criar um modelo que gera confiabilidade no processo vacinal de forma simples e lúdica. A figura do Zé Gotinha exemplifica como a comunicação eficaz e a familiaridade podem superar barreiras e promover ações de saúde pública. À medida que novos desafios surgem, é vital que campanhas como essa continuem a evoluir e adaptar-se, garantindo que a vacinação seja vista não apenas como um ato individual, mas como uma responsabilidade coletiva para o bem da sociedade.

## **Desafios para as campanhas de vacinação**

Em razão de todo o avanço tecnológico das últimas décadas, a vacinação se tornou um investimento em políticas públicas que traz um grande custo-benefício, evitando, de forma preventiva, milhares de doenças em todos os anos (Fernandes *et al.*, 2021). Porém, o cenário brasileiro e mundial vem apresentando mudanças em relação à percepção das vacinas, gerando diversos desafios que devem ser debatidos para pensarmos melhores políticas de promoção da saúde, sobretudo em questões comunicacionais.

Embora campanhas publicitárias como a do Zé Gotinha sejam eficazes, elas enfrentam desafios contínuos, como a era digital, por exemplo, que trouxe uma inundação de informações nem sempre precisas, que podem gerar hesitação e resistência à vacinação (Brotas *et al.*, 2021; Recuero; Soares, 2020). Esse é um desafio de extrema importância, uma vez que o sucesso das campanhas e da adesão à vacinação depende diretamente do engajamento do público; por isso, as campanhas publicitárias de vacinação desempenham um papel fundamental ao buscar

um discurso unificado em prol das comunidades e da promoção da saúde.

Por outro lado, a era digital também inaugura um momento em que as campanhas dispõem de recursos tecnológicos para o engajamento de seus públicos de interesse através das plataformas digitais. A adaptabilidade do Zé Gotinha, sua presença em múltiplas plataformas e sua capacidade de evoluir com os tempos garantem que a mensagem de vacinação continue relevante e persuasiva.

Desse modo, é importante que as estratégias de comunicação adotadas, mesmo que massivas, sejam atualizadas com seu tempo, se adequando às novas tecnologias e em busca de se conectar também com as novas gerações. Afinal, conforme aponta o tema da 16ª Conferência Nacional de Saúde do Brasil *Democracia é saúde*<sup>4</sup> e, dessa forma destaca-se o acesso à participação, chegando em diferentes meios, aos diversos cantos do país e, conforme os princípios do SUS (Brasil, s/d), efetivamente democratizando a comunicação.

## Referências

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2007.

BARRY, M. M.; SIXSMITH, J.; INFANTI, J. J. **A literature review on effective risk communication for the prevention and control of**

---

4 “A Conferência Nacional de Saúde é o principal espaço democrático para a construção de políticas públicas de saúde no Brasil. Com a participação de toda a sociedade civil e representantes do governo, o amplo fórum de debates é organizado com a finalidade de avaliar, planejar e fixar ações e diretrizes que melhorem a qualidade dos serviços de saúde pública, proporcionando melhor qualidade de vida para toda a população”. Disponível em: <https://bysms.saude.gov.br/democracia-e-saude-e-o-tema-da-16-conferencia-nacional-de-saude-brasilia-04-a-07-8-2019/>. Acesso em: 15 set. 2023.

**communicable diseases in Europe**. Estocolmo: European Centre for Disease Prevention and Control, 2013.

BATISTA, L. L. A comunicação de riscos. *In*: PEREZ, C.; BARBOSA, I. S. (org.). **Hiperpublicidade 2**. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Princípios do SUS**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2023. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/sistema-unico-de-saude/principios-do-sus>. Acesso em: 4 out. 2023.

BROTAS, A. M. P. *et al.* Discurso antivacina no YouTube: a mediação de influenciadores. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 72–91, jan./mar. 2021.

FERNANDES, J. *et al.* **Vacinas**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2021.

KASPERSON, R. E. *et al.* The social amplification of risk: a conceptual framework. **Risk Analysis**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 177–187, 1988.

LACERDA, J. Campanhas midiáticas de prevenção das dst/aids: usos e apropriações entre adolescentes e jovens do Bairro de Mãe Luiza, Natal-RN. **Razón y Palabra**, [S. l.], v. 18, n. 86, p. 87–102, 2014.

MACDONALD, N. E. Vaccine hesitancy: definition, scope and determinants. **Vaccine**, [S. l.], v. 33, n. 34, p. 4161–4164, 2015.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MASSEY, P. *et al.* School-based HIV prevention in Dakar, Senegal: findings from a peer-led program. **International Quarterly of Community Health Education**, [S. l.], v. 33, n. 2, p. 129–141, 2013.

MIOLA, E.; MARQUES, J. P. F. Entre o interesse público e as políticas de imagem: as campanhas contra o *Aedes aegypti* no site do Ministério da Saúde no Facebook. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 28, 2019, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: Compós, 2019. p. 1–23.

NOWAK, G. J. *et al.* Addressing vaccine hesitancy: the potential value of commercial and social marketing principles and practices. **Vaccine**, [S. l.], v. 33, n. 34, p. 4204–4211, 2015.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). **Dez ameaças à saúde que a OMS combaterá em 2019**. Washington, DC: OPAS, 2019. Disponível em: <https://www.paho.org>. Acesso em: 1 fev. 2023.

PIEDRAS, E. R. **Fluxo publicitário**: anúncios, produtores e receptores. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PORTO, P. M. Lutando contra a aids entre meninas adolescentes: os efeitos da Campanha de Carnaval de 2003 do Ministério da Saúde do Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 4, p. 1234–1243, 2005. DOI: 10.1590/S0102-311X2005000400026.

RECUERO, R.; SOARES, F. O discurso desinformativo sobre a cura do covid-19 no Twitter: estudo de caso. **E-Compós**, Brasília, DF, v. 24, p. 1–29, 2021. DOI: 10.30962/ec.2127.

ROSA, D. **Conheça a história do Zé Gotinha, contada pelo criador Darlan Rosa**. [Entrevista concedida a] Melissa Cannabrava. Rio de Janeiro: Museu da Vida/Fiocruz, 10 nov. 2021. Disponível em: <https://www.museudavida.fiocruz.br>. Acesso em: 15 set. 2023.

TRINDADE, E. Mediações e mediações do consumo. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2014.

VASCONCELOS, W. R. M. de; OLIVEIRA-COSTA, M. S. de; MENDONÇA, A. V. M. Promoção ou prevenção? Análise das estratégias de comunicação do Ministério da Saúde no Brasil de 2006 a 2013. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 1–11, 2016. DOI: 10.29397/reciis.v10i2.1019.

VILLARREAL, I. H. **A publicidade e a propaganda nas políticas públicas**: uma análise diante do tratamento da poliomielite no Brasil. 2017. 43 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2017.



## CAPÍTULO 7

# Realidade conspiratória e imaginação melodramática: notas sobre o documentário Impeachment: do apogeu à queda, da Brasil Paralelo<sup>1</sup>



**Resumo:** Este trabalho investiga o documentário *Impeachment: do Apogeu à Queda*, que justifica a deposição de Dilma Rousseff através de uma narrativa conspiratória e anticomunista. O objetivo principal foi compreender como o conceito ampliado de imaginação melodramática pode legitimar narrativamente a premissa ideológica do documentário. A pesquisa concluiu que o uso dos recursos melodramáticos é apropriado pelo filme por seu forte teor político de mobilização sensório-sentimental.

**Palavras-chave:** Brasil Paralelo. Imaginação melodramática. Documentário. Impeachment. Dilma Rousseff.

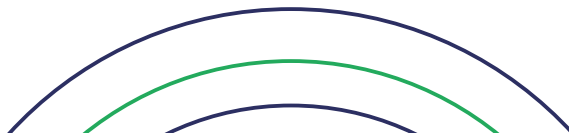
O efeito impeachment no cinema brasileiro, termo proposto por Andréa França e Patrícia Machado em seu artigo *Imagens que assombam – o efeito impeachment no cinema documental*<sup>3</sup> (2019) evidencia a polarização ideológica que marcou o impeachment de Dilma Rousseff em 2016. Filmes como *Excelentíssimos* (Douglas Duarte, 2018), *O Processo* (Maria Augusta Ramos, 2018), *Democracia em Vertigem* (Petra Costa, 2019), *Alvorada* (Lô Politi, Anna Muylaert, 2021), dentre outros, correspondem à ampla gama de documentários progressistas que defenderam a ino-

---

1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo*. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.

2 Mestrando no curso de Pós-graduação em Imagem e Som da UFSCar, na linha de pesquisa História e Política do Audiovisual, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Flávia Cesarino Costa. E-mail: jaqueslucas19@hotmail.com.

3 Ver em: <http://revistacinetica.com.br/nova/impeachment-andrea-patricia/>



cência de Rousseff e criticaram o caráter golpista do processo que acabou por condená-la.

Por outro lado, as produções conservadoras como *Impeachment: do Apogeu à Queda* (Brasil Paralelo, 2017), *Impeachment: o Brasil nas ruas* (Beto Souza, Paulo Moura, 2017) e *Não vai ter golpe! O nascimento de um Brasil Livre* (Alexandre Santos, Frederico Rauh – MBL<sup>4</sup>, 2019), além de menos numerosas, não tiveram o mesmo alcance e relevância nas discussões acadêmicas como os documentários de esquerda. Desta forma, esta pesquisa configura-se como uma investigação detalhada sobre o documentário *Impeachment: do Apogeu à Queda*, uma produção audiovisual que justifica a cassação do mandato presidencial de Rousseff através do uso de elementos narrativos fortemente influenciados pela imaginação melodramática.

O trabalho é um recorte da dissertação de mestrado recentemente defendida e que buscou interpretar o impeachment de Dilma Rousseff no cinema documentário brasileiro através da teoria do melodrama e do conceito ampliado de imaginação melodramática<sup>5</sup>. A noção de imaginação melodramática amplia as possibilidades de reflexões sobre obras que convidam à mobilização sentimental do espectador pois permite “análises pelo viés do melodramático de uma série de narrativas não tradicionalmente vinculadas ao gênero” (Baltar, 2019, p. 99), como é o caso do cinema documentário.

O objetivo da pesquisa foi reconhecer o melodrama não só como gênero cinematográfico, mas também como modo

---

4 Movimento Brasil Livre.

5 BROOKS, P. *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama and Mode of Excess*. Yale University Press: New Haven and London, 1976.

de percepção de mundo, que acaba sendo apropriado pelo documentário abordado como recurso ficcional que o auxilia na produção de sentido de uma realidade política conspiratória. De acordo com Baltar (2019, p. 97), o melodrama articula “[...] vínculos empáticos configurados por temáticas que envolvem polaridades entre bem e mal [...], instâncias moralizantes que serão articuladas esteticamente num modo exacerbado [...]”.

De forma geral, a investigação se desenvolveu de maneira a contemplar alguns elementos constitutivos do documentário clássico como a presença da *voz-over*, o uso de entrevistas, enquadramentos, montagem etc., ao mesmo tempo em que abarcou as características dramáticas do melodrama, como a luta entre o bem e o mal, o oculto moral e o uso da música incidental, para citar algumas.

Se tudo é expressado reiteradamente por cada elemento formal da obra, como se cada aspecto convergisse para um mesmo centro, o espectador ou leitor é levado a um passeio pela superfície da ação e, dessa maneira, “absorve”, através de uma pedagogia pautada nas sensações, os ensinamentos morais colocados em cena pela narrativa (Baltar, 2019, p. 98).

A metodologia utilizada partiu dos conceitos de *antecipação*, *simbolização exacerbada* e *obviedade*, tal qual organizados por Baltar (2019) e procurou explicar/esclarecer o funcionamento do documentário pelo atravessamento da imaginação melodramática. Por meio da *antecipação*, “informações são passadas ao espectador e não ao personagem, compartilhando um saber ao público que os personagens ainda não têm, assim, produ-

zindo [...] um estado de suspensão que, quando finalmente realizado, torna-se catártico” (Baltar; Amaral, 2021, p. 642–643).

Segundo Neale (1986), o flashback é considerado a melhor definição do uso da antecipação nos melodramas, sendo esta uma ferramenta narrativa utilizada reiteradamente em diversos momentos de *Impeachment: do Apogeu à Queda* pelo uso das *imagens de arquivo* (explicaremos mais adiante o motivo das aspas) como forma de estabelecer relações de sentido entre a antiga *ameaça comunista soviética* e o *plano de dominação do PT*.

A *simbolização exacerbada*, no que lhe diz respeito, “é um procedimento de presentificação básico do melodrama, em que os valores morais são sumarizados no interior das narrativas através de metáforas de intenso apelo visual. Esse ‘presentificar’ implica um fazer encarnar em símbolos exacerbadamente reiterados pelo corpo fílmico”. (Baltar; Amaral, 2021, p. 641). Podemos utilizar como exemplo a apropriação pelo documentário de um trecho do videoclipe *Another Brick In the Wall* (Pink Floyd, 1979), em que crianças mascaradas marcham pelos corredores de uma escola-prisão, para ilustrar o argumento da *voz-over* de que “as pessoas [passariam] a raciocinar nos termos da linguagem socialista. Sem que se dessem conta”<sup>6</sup>.

O que vemos em tela serve para sustentar, aumentar, ilustrar ou, senão, comprovar a linha de argumentação da *voz-over*. Nichols (2010) chama essa forma de organização dos planos de *montagem de evidência*. Ao invés de acomodar as imagens de maneira a passar a sensação da existência de um tempo e espaço unificados, como realizado pelo cinema clássico hollywoodiano, a montagem de evidência organiza-as dentro da cena de modo que se dê

---

6 Transcrição nossa. *Impeachment: do Apogeu à Queda*. Brasil Paralelo, 2017.

a impressão de um argumento único, convincente, sustentando por uma lógica (Nichols, 2010, p. 58). Deste modo, o documentário organiza-se de duas maneiras: utilizando imagens de arquivo como fundo visual dos argumentos do narrador e momentos de entrevista com membros da direita brasileira.

Tais imagens de arquivo são todas homogêneas através da aplicação de um filtro de efeito película. Há a necessidade de reiterar esteticamente o material como um arquivo envelhecido que transmita credibilidade histórica como *prova visual* que se ajusta ao que o narrador onisciente/dono da voz de autoridade tem a dizer. As manchas de deterioração da película fílmica também são perceptíveis como efeito sobreposto à imagem, como se tivessem sido registradas com uma câmera antiga, em película 8mm. Esse efeito, que aqui gostaríamos de denominar *documentarizante*, atribui uma pretensa *legitimidade* material aos arquivos enquanto registros históricos.

**Figura 1** – Comparação entre o efeito película e sua aplicação



Fonte: Youtube (2014).

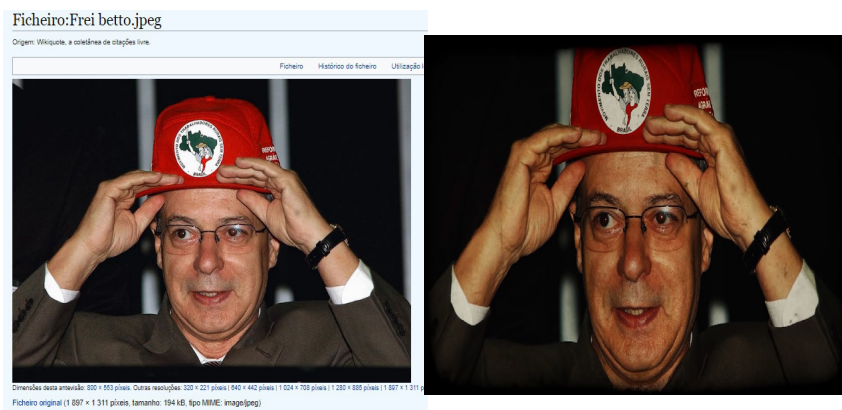
Nota: Comparação entre o efeito película e sua aplicação em uma gravação de Lula sendo carregado nos ombros pelos metalúrgicos na greve do ABC paulista em 1979, o que reitera a natureza de arquivo da imagem.

Por fim, a obviedade acaba por andar de *mãos dadas* com a simbolização, visto se tratar da utilização de

personagens que personificam muito claramente o bem ou o mal e os conflitos da narrativa. Também é comum a utilização de signos de fácil apreensão, já cristalizados no imaginário cultural, para facilitar a apreensão dos processos de simbolização operados na narrativa (Baltar; Amaral, 2021, p. 642).

A presença da obviedade é percebida, a título de exemplo, quando a fotografia do dominicano, Frei Beto, usando um boné do MST<sup>7</sup>, reitera o discurso da voz-over que o aponta como um dos principais mentores políticos de Lula e defensor da “subordinação da Igreja a uma ideologia política ateísta”<sup>8</sup>.

**Figura 2** – Comparação entre a foto de Frei Beto no Wikimedia Commons e utilizada no documentário



Fonte: Wikimedia Commons (2014) e YouTube (1998), respectivamente.

7 Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra.

8 Transcrição nossa. *Impeachment: do Apogeu à Queda*. Brasil Paralelo, 2017.

Nota: Comparação entre a foto de Frei Beto disponível no Wikimedia Commons e a mesma utilizada no documentário com o efeito vinheta.

Após a denúncia de Frei Beto, como *mentor ideológico* de Lula, a montagem de *Impeachment: do Apogeu à Queda* força o ex-presidente a se *incriminar* como participante da Teologia da Libertação ao afirmar que: “Eu era fruto da teologia da libertação, dos sindicalistas. É uma história completamente diferente”. Novamente, o trecho audiovisual selecionado reforça a obviedade discursiva do narrador.

Contudo ainda é interessante destacar o fato de que este material de arquivo faz parte do documentário *Entreatos* (2004), de João Moreira Salles. Completamente oposto à proposta de *Impeachment: do Apogeu à Queda* (2017), o filme de Salles retrata a campanha presidencial de Lula em 2002, que marcava a quarta tentativa de Luiz Inácio Lula da Silva de chegar ao Palácio do Planalto. Não há qualquer creditação a Salles nem informações que relacionem o trecho utilizado a sua autoria.

A fala do ex-presidente é retirada de seu contexto original com o intuito de reafirmar visualmente o argumento proposto pela *voz-over* do documentário da Brasil Paralelo. O discurso de Lula se justifica pela aproximação entre a sua trajetória política e a de Lech Walesa, ex-presidente polonês e líder do movimento Solidariedade (Solidarnosc) em 1980, o mais influente sindicato do país europeu na época. Assim como Lula, Walesa conseguiu a proeza de ser um dos primeiros operários a chegar ao poder em toda a História.

Segundo reportagem da *Istoé Dinheiro* (2002): “Em 1981, em Roma, Lula e Walesa tiveram o primeiro e único encontro. [...] O polonês falou a Lula de seu desencanto com o comunismo. Lula, que um ano antes havia criado o PT, mostrou fé

inabalável na utopia socialista”. O que diferenciava, em tese, os dois líderes sindicais era seu posicionamento político mais à esquerda ou mais à direita. No trecho de *Entreatos*, Lula reclama da cobertura jornalística durante a greve de 1979, em que a prioridade era dar visibilidade ao combate de Walesa contra o regime soviético durante a Guerra Fria (1945–1991).

**Figura 3** – Comparação entre o plano de Lula em *Entreatos* (2004) e *Impeachment: do Apogeu à Queda* (2017)



Fonte: Globoplay (2017) e Netflix (2004), respectivamente.

Nota: Comparação entre o plano de Lula em *Entreatos* (2004) – em cima, e o mesmo trecho reapropriado em *Impeachment: do Apogeu à Queda* (2017) – embaixo.

Segundo Lula, Walesa era fruto de uma igreja católica conservadora, enquanto ele fazia parte da Teologia da Libertação. Para o narrador de *Impeachment: do Apogeu à Queda*, este movimento seria

uma forma de subversão religiosa fomentada pela KGB [Serviço Secreto Soviético] na América Latina, [que] promovia o casamento perfeito entre o marxismo e o cristianismo. Uma ameaça deliberadamente concebida para minar a Igreja e desestabilizar o Ocidente por meio da subordinação da Igreja a uma ideologia política ateísta<sup>9</sup> (Impeachment [...], 2016, 6min 42s – 6min 59s).

Apesar da discordância quanto ao sentido associado à Teologia da Libertação como um “movimento sócio eclesial que surgiu dentro da Igreja Católica na década de 1960 e que, por meio de uma análise crítica da realidade social, buscou auxiliar a população pobre e oprimida na luta por direitos” (Camilo, 2011, p. 01), o interessante aqui é analisar como o discurso promovido pelo documentário é reforçado por um forte teor paranoico do medo da ameaça comunista.

Por sua vez, embora seja a principal personagem do processo de impeachment, o filme não reserva à Dilma Rousseff nenhum interesse mais demorado como uma das protagonistas de sua trama conspiratória e rocambolesca. Apesar do título, o documentário poderia ter recebido o nome de *PT: do Apogeu à Queda*, pois reserva ao partido, e principalmente à figura pública de Lula, como o grande responsável pelo projeto

---

9 Transcrição nossa. *Impeachment: do Apogeu à Queda*. Brasil Paralelo, 2017.

de implementação de um governo comunista no Brasil. Dilma Rousseff só terá seu nome citado pela primeira vez depois de mais de meia hora de filme, quando é escolhida como sucessora política do governo Lula. Segundo o narrador, o primeiro mandato do governo Dilma é “marcado por desconfiança do mercado, tanto pela crise estabelecida como pelos indícios de que Dilma não melhoraria em nada as políticas que o governo vinha adotando frente ao mercado. Parecendo estar mais à esquerda que seu antecessor”<sup>10</sup>.

A personagem de Rousseff não é individualizada enquanto sujeito político, sendo apenas considerada mais uma peça na engrenagem do plano do PT em *aparelhar as estatais e os órgãos públicos para servirem de arrecadadores de dinheiro para o partido. Para que pudessem comprar apoio no governo e fora dele*. Segundo o depoimento de Joice Hasselmann, uma das entrevistadas do documentário, o governo de Dilma Rousseff

não permitiu apenas que tivesse mais corrupção, ele protagonizou, ele montou, um projeto de corrupção. A diferença entre a corrupção dos últimos treze anos e a corrupção que foi trazida pelo PT, montada pelo PT, esquematizada pelo PT e o que existia antes é a organização. Quando a gente fala da corrupção montada por essa esquerda que tomou o poder, eu estou falando de uma corrupção como crime organizado<sup>11</sup> (Impeachment [...], 2016, 42min 38s – 43min 02s).

---

10 Transcrição nossa. *Impeachment: do Apogeu à Queda*. Brasil Paralelo, 2017.

11 Transcrição nossa. *Impeachment: do Apogeu à Queda*. Brasil Paralelo, 2017.

Em *Impeachment, do Apogeu à Queda*, as personalidades públicas que mais se destacam são Lula e o próprio Partido dos Trabalhadores, aqui personificado na figura do ex-presidente, assim como integrantes da direita como Olavo de Carvalho, Onyx Lorenzoni, Joice Hasselmann, dentre outros.

A diferença entre estas personagens está na maneira em que são representadas. Ao passo que Lula é retratado como uma personagem ficcional (vilão/antagonista), pois leva adiante a ação narrativa e sua trajetória está repleta de *reviravoltas* e *reconhecimentos* de trama, as personagens da direita corporificam e reiteram, através das entrevistas, as asserções sobre o mundo defendidas pela *voz-over*.

Existe um espaço da entrevista: o entrevistado fica no campo da câmera, geralmente de frente (de costas apenas quando o depoente não quer ser identificado); seu olhar passa rente à objetiva, à direita ou à esquerda, em direção ao entrevistador, que costuma ser o próprio realizador e que faz a pergunta à qual o entrevistado responde (é o tal  $\frac{3}{4}$  frente). [...] O documentarista só obtém informações cuja emissão sua pergunta pode motivar, informações verbalizáveis; apenas informações que o entrevistado aceita e consegue verbalizar. A quase exclusividade da entrevista estreita consideravelmente o campo de observação do documentarista: as atitudes, o andar, os gestos, a roupa, os objetos, os ambientes, os sons que não sejam verbais etc. (Bernardet, 2003, p. 286–287).

A pesquisa concluiu que o uso de recursos melodramáticos é apropriado pelo documentário por seu forte teor de mobilização sensório-sentimental na chamada “guerra cultural”,

em que “as batalhas são simbólicas, percepções e disputas são de narrativa e ganha quem conta a melhor história”. (Mourão; Lepri, 2020, p. 137).

Pelo viés melodramático do documentário, a esquerda política (PT/Comunismo) se torna o vilão/encarnação do mal que é finalmente derrotado pelos heróis (conservadores) para que a justiça da ordem moral seja reestabelecida (liberalismo de mercado). Deste modo, na disputa pela memória política oficial, o impeachment continua como assunto de interesse daqueles que sabem que o convencimento afetivo é resultado direto da arte de contar boas histórias.

## Referências

BALTAR, M.; AMARAL, C. Antecipação, Complexidade Narrativa e o Melodrama Paternal em *This is us. Ilha do Desterro*, Florianópolis, v. 74, n. 1, p. 639–658, 2021. DOI: 10.5007/2175-8026.2021.e74914.

BALTAR, M. **Realidade lacrimosa: o melodramático no documentário brasileiro**. Niterói: Eduff, 2019.

BERNARDET, J.-C. **Cineastas e Imagens do Povo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

BROOKS, P. **The Melodramatic Imagination Balzac, Henry James, melodrama and the mode of excess**. United States: Yale University Press, 1995.

CAMILO, R. A teologia da libertação no Brasil: das formulações iniciais de sua doutrina aos novos desafios da atualidade. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA DA FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 2., 2011, Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia: UFG, 2011.

ENTREATOS. Direção de João Moreira Salles. [S. l.]: VideoFilmes, 2004. Filme-documentário (117 min). Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81775701>. Acesso em: 7 mar. 2026

ECONOMIA. A diferença entre Lula e Walesa. **Istoé Dinheiro**, 30 out. 2020. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/a-diferenca-entre-lula-e-walesa/>. Acesso em: 01 set. 2023.

FIÚZA, E. **Frei Beto coloca boné do MST na solenidade em homenagem aos 20 anos da entidade**. Brasília, DF: Agência Brasil, 2004. 1 fotografia. Disponível em: [https://pt.wikiquote.org/wiki/Ficheiro:Frei\\_betto.jpeg](https://pt.wikiquote.org/wiki/Ficheiro:Frei_betto.jpeg). Acesso em: 7 mar. 2026.

IMPEACHMENT: do apogeu à queda. Direção de Silas S. Junior. Produção de Brasil Paralelo. [S. l.: s. n.], 2016. Filme-documentário (112 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PZtwuOIWWHY>. Acesso em: 7 mar. 2026.

MOURÃO, M.; LEPRI, A. A política narrativa do Movimento Brasil Livre no documentário Não vai ter golpe! O nascimento de uma nação livre. **Doc On-line**, n. 28, p. 117–139, set. 2020. DOI: 10.25768/20.04.02.28.07.

NICHOLS, B. **Introdução ao documentário**. Campinas: Papirus Editora, 2010.



## CAPÍTULO 8

# As mídias sociais como plataformas de campanha permanente<sup>1</sup>



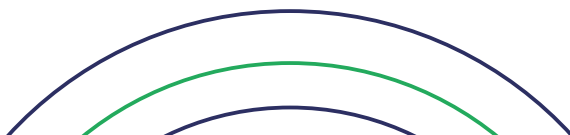
**Resumo:** Diante da centralidade das Tecnologias da Informação e Comunicação na sociedade contemporânea, este trabalho analisa a utilização das plataformas de mídia social dentro dos estudos relacionados ao conceito de campanha permanente. O objetivo foi fazer um estudo introdutório a partir da revisão de literatura e um levantamento do número de seguidores e de publicações no perfil pessoal dos governadores brasileiros e no perfil institucional dos estados que estes representam no início do mandato 2023–2026.

**Palavras-chave:** Campanha permanente. Plataformas de mídia social. Governadores estaduais. Administração pública. Instagram.

## **Introdução**

Google e Facebook foram as empresas que mais faturaram com as eleições brasileiras no ano de 2022. Quase 1,9 mil

- 
- 1 Trabalho apresentado no Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com orientação do Prof. Dr. Eugênio Bucci. Mestre em Administração Pública pela Universidade Federal de Alfenas. Pós-graduado em Gestão Estratégica de Negócios pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais e em Comunicação Empresarial pelo Centro Universitário de Belo Horizonte. Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa. É membro da Associação Brasileira de Comunicação Pública e integra o grupo de pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade, vinculado à Escola de Comunicações e Artes e ao Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. E-mail: agnaldomontesso@gmail.com.



candidatos distribuíram propaganda pelas mídias gerenciadas pelo Google, que recebeu R\$125,3 milhões destas campanhas, aumento de 18 vezes em relação ao pleito de 2018. Já o Facebook arrecadou R\$123,7 milhões, atendendo a mais de 5,4 mil candidaturas, cinco vezes mais do que na disputa de quatro anos atrás. Dentre as 10 maiores despesas com o Facebook, figuraram quatro candidatos à presidência da República, três governadores, um senador e 3 deputados federais. No Google, quatro candidatos à presidência e seis candidatos a governador (Neves, 2022).

Esse impulsionamento de conteúdo nas plataformas digitais foi viabilizado por recursos públicos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), conhecido como fundo eleitoral, fixado em R\$4,9 bilhões na Lei Orçamentária Anual de 2022 (Brasil, 2022).

As campanhas eleitorais que utilizam os canais viabilizados pelo ambiente digital tiveram destaque nas eleições de 2018, por terem sido consideradas fundamentais para a eleição de Jair Bolsonaro. Por não dispor de instrumentos até então fundamentais ao sucesso eleitoral, como elevada soma de recursos, tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral e forte estrutura partidária, o ex-presidente utilizou o que foi considerada eficiente campanha digital (Nicolau, 2020; Bachini *et al.*, 2022).

Passado o período eleitoral, os eleitos se deparam com impedimentos quanto à publicidade previstos na Constituição Federal. Um deles é a exigência da impessoalidade, presente no artigo 37 da Constituição de 1988 (Brasil, 1988). De acordo com Medeiros e Chirnev (2021), além da impessoalidade dizer

respeito às publicações não fazerem discriminações, é também uma forma de

impedir privilégios e não usar as realizações como pessoais, ou seja, uma obra, ou uma política pública não devem ser atribuídas à pessoa física do político ou do agente público, mas à pessoa jurídica do Estado, do órgão a qual está submetido (Medeiros; Chirnev, 2021, p. 18).

Neste entendimento, a comunicação feita pelos governos deve restringir-se à publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos ao seu caráter educativo, informativo ou de orientação social.

Mesmo que seja controverso em vários aspectos, o livro *O Príncipe*, obra clássica de Nicolau Maquiavel publicada no Século XVI, discute a importância de um governante cuidar de sua imagem pública e como essa pode afetar a capacidade dele de manter e consolidar o poder. Maquiavel argumenta que o “príncipe” deve ser hábil em parecer virtuoso e ter qualidades admiráveis, mesmo que nem sempre as possua na realidade. Ele destaca que a percepção das pessoas sobre o *príncipe* é fundamental, pois a opinião pública pode influenciar a lealdade e o apoio do povo. Maquiavel sugere que um governante deve ser hábil em manipular a opinião pública, utilizando a propaganda e a retórica para criar uma imagem positiva de si mesmo. Isso pode envolver a criação de narrativas e símbolos que reforcem a autoridade do governante.

Passados quase 500 anos da publicação do livro, considera-se que as plataformas de mídias sociais têm sido cada vez mais utilizadas pela classe política para manter e projetar uma

imagem positiva, viabilizando uma conexão constante com os eleitores e sociedade. Neste aspecto destacam-se as discussões relacionadas ao conceito de campanha permanente, em que atores políticos constroem e mantêm uma base de apoio popular, tendo como estratégia o uso de meios de comunicação. Fernandes *et al.* (2017) ressaltam que o uso da mídia não se limita ao período oficial de campanha; pelo contrário, ocorre de maneira contínua. Segundo os autores, a ligação entre mídia e política se estabelece de forma ininterrupta, uma vez que, nas democracias liberais, a conquista do poder é um processo que demanda atenção diária.

Impedidos de utilizarem os canais de comunicação pública devido à legislação, os atores políticos eleitos encontram nas plataformas de mídia social, com o viés de tratarem as mesmas como perfis pessoais, uma forma de construir uma imagem positiva, configurada como personalismo (Albuquerque, 1999), e de comunicarem diretamente com o público sem o filtro da imprensa (Massuchin; Silva, 2019; Joathan, 2020).

Este trabalho, por se propor a ser introdutório, consiste na revisão de literatura sobre o conceito de campanha permanente. Os dados foram obtidos por meio de pesquisas no Portal de Periódicos e no Banco de Teses e Dissertações da Capes, no período entre 2015 e 2022.

Por meio de pesquisa com a palavra-chave *Campanha Permanente*, utilizando a Base de Periódicos da Capes verificou-se que os estudos relacionados à campanha permanente nas plataformas mídias sociais disponíveis focam em Presidentes da República (Ciocari; Persichetti, 2019; Fernandes *et al.*, 2016; Joathan; Rebouças, 2020; Pozobon; Ribeiro, 2019) e um governador (Massuchin; Silva, 2019).

No Catálogo de Teses e Dissertações da Capes, a busca sobre o tema foi tratada em relação a deputados federais (Silva, 2022; Souza, 2020), candidatos à presidência (Braga, 2019) e governadores (Rocha, 2018). Além da revisão de literatura, a pesquisa abrangeu a observação do número de seguidores e publicações dos governadores eleitos na plataforma de mídia social Instagram.

O Instagram foi escolhido porque o Brasil tinha pelo menos 132,6 milhões de usuários ativos no início de 2023, sendo a segunda plataforma de mídia social mais popular no Brasil, atrás apenas do WhatsApp. Os usuários brasileiros gastam em média 57 minutos por dia no aplicativo. No mundo, fica em 4º lugar com 1.628 bilhão de usuários (Hootsuite, 2023).

Os números obtidos se referem ao dia 28 de janeiro de 2023. Quando tratamos de mídias sociais uma mudança de dias e até muitas vezes de horas pode alterar todo o contexto. O que a pesquisa quis mostrar era esse recorte do início da gestão, já que o número de seguidores foram se acumulando no período de campanha (em 2022) até chegar à data estabelecida.

Maia, Orlandini e Oliveira (2022) observam que a coleta de dados em pesquisas realizadas em ambientes digitais frequentemente encontra desafios significativos. Estes desafios surgem devido a mudanças nos softwares empregados para a extração de informações, alterações no funcionamento das plataformas online e a introdução de novas regulamentações que reestruturaram os métodos de obtenção e utilização dos dados.

## Fundamentação teórica

O conceito campanha permanente pode ser compreendido como o desenvolvimento de estratégias eleitorais durante períodos de mandato, com a intenção de manter e/ou ampliar a imagem positiva do representante político, com o intuito de viabilizar futuros sucessos eleitorais (Joathan; Lilleker, 2020). Outros estudos revelam que também é uma forma de apresentação de informações sobre o governo, pela perspectiva da transparência e *accountability*, além da proximidade com os públicos (Massuchin; Silva, 2019). Já Hecló (2000) entende que a campanha permanente é uma confluência entre a comunicação partidária, a comunicação governamental e a comunicação eleitoral, ou seja, uma comunicação constante dos atores políticos voltada para a busca incessante de visibilidade e formação de imagem ao longo dos mandatos.

O termo, originado na década de 1970 nos Estados Unidos, tem na sociedade contemporânea o suporte das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), principalmente das plataformas de mídias sociais, que inegavelmente ocupam hoje um lugar de centralidade, devido a sua adesão pela sociedade, bem como pela influência que exercem. Dos 181,8 milhões de brasileiros com acesso à internet, 152,4 milhões utilizam alguma dessas plataformas, o que representa 83,82% da população (Hootsuite, 2023).

As pesquisas relacionadas à campanha permanente levam em consideração que as campanhas eleitorais não são iniciadas apenas no período eleitoral determinado em cada país (Hecló, 2000; Fernandes *et al.*, 2017; Cioccarri; Persichetti, 2019; Massuchin; Silva, 2019; Joathan; Lilleker, 2020; Martins *et al.*, 2021).

Neste sentido, Bucci (2015, p. 225) critica o que ele considera “Estado de Narciso”, em que os governantes agem para manutenção e reprodução do poder “com práticas patrimonialistas e enunciados narcísicos, a volumes e escalas cada vez mais acachapantes, o Estado de Narciso sabota o princípio da alternância no poder e perpetua a força dos que já exercem o mando”. Para o autor, “a campanha eleitoral fora do período eleitoral age por meio de subterfúgios. Ela visa produzir no eleitorado uma predisposição de fundo, um vínculo de simpatia aos futuros candidatos que o governo, no devido tempo, irá apresentar à sociedade” (Bucci, 2015, p. 27).

Joathan e Lilleker (2020) investigaram as campanhas permanentes em 32 países e no Parlamento Europeu por meio da análise de 87 artigos em periódicos, capítulos de livros e obras completas. Os pesquisadores classificaram os elementos de campanha permanente de acordo com os objetivos políticos, dividindo-os em três categorias.

A primeira categoria, é anterior à criação do termo campanha permanente e inclui variáveis relacionadas com a capacitação e a estratégia. Já a segunda categoria se refere a critérios de campanha permanente para mídia paga e própria. A terceira categoria traz critérios de campanha permanente relacionados à mídia tradicional, a mídia conquistada.

Como discutiu França (2020, p. 8), o imbricamento entre a comunicação e política se configura como uma “intervenção e efeitos dos meios de comunicação na conformação das práticas políticas”. Ainda conforme a autora, as mudanças na mídia e na política se refletem, já que “novas práticas políticas demandam e se realizam através de novas formas comunicativas; novas formas comunicativas sugerem / estimulam

novas práticas e novos usos para a política” (França, 2020, p. 8). É o que se verifica no caso da campanha permanente, que encontrou campo fértil nas plataformas de mídias sociais, devido ao alcance e pela falta de regulamentação de uso fora do período eleitoral no Brasil.

Plataformas digitais são infraestruturas sociotécnicas que não somente hospedam discursos públicos, mas essencialmente os reorganizam por meio de instrumentos técnicos, normas e políticas (Van Dijck; Nieborg; Poell, 2019). As mais conhecidas são as chamadas *Big Five* — Alphabet-Google, Amazon, Apple, Meta e Microsoft — que, na sociedade contemporânea, consolidaram-se como serviços infraestruturais e hoje centralizam cada vez mais atividades cotidianas e estratégicas. “Influências em processos eleitorais, uso irrestrito de dados pessoais para fins comerciais e uso de algoritmos e bases de dados para perpetuar preconceitos e desigualdades são algumas das questões que, cada vez mais, preocupam governos, empresas e sociedade civil” (D’Andréa, 2020, p. 13).

Conforme Pesquisa Panorama Político 2022 do Instituto DataSenado, 25% dos entrevistados admitiram que as plataformas de mídia social foram a principal fonte de informação sobre política, perdendo apenas para a TV, que alcançou 37%, e superando as páginas na internet (23%), jornais e revistas impressos (5%) e rádio (4%). Naquele ano, dos que se informam pelas plataformas de mídia social, 35% acompanharam no Facebook, 27% pelo Instagram; 16% pelo YouTube, 8% usaram o WhatsApp e 7%, o Twitter (Brasil, 2022).

Para Mendonça e Aggio (2021) a esfera pública contemporânea sofre influências diferentes daquela observada por

Habermas quando do início da discussão sobre a temática. Dentre essas mudanças focaliza-se a democratização do acesso à internet, que “proporcionou um cenário de abundância comunicativa do século XXI, com a dinâmica frenética das redes digitais, a plataformização da web e a popularização de *smartphones* e da lógica dos aplicativos” (Mendonça; Aggio, 2021, p. 7). Para os autores, essa dinâmica “conecta discussões em diferentes formatos e arenas. Isso abre brechas de visibilidade que podem afetar a agenda pública” (Mendonça; Aggio, 2021, p. 15).

Apesar das dinâmicas oferecidas pelas *affordances* das plataformas de mídias sociais, sendo algumas delas voltadas à interação entre os usuários, Ponce (2019) critica a atuação dos atores políticos, que continuam reproduzindo modelos unidirecionais nos quais não se esperam nem se produzem níveis altos de interação com os usuários, ou seja, as plataformas são consideradas por eles com um espaço de difusão, incorporada como meio de comunicação de massa, utilizada como a imprensa, o rádio ou a televisão.

Joathan (2020) analisa que a comunicação direta dos atores políticos e os potenciais eleitores viabilizada pelas plataformas de mídias sociais contorna os filtros ou possíveis vieses da mídia tradicional, obtendo controle completo do que é levado à sociedade.

Gandour (2019) analisou entre 2013 e 2016 os perfis dos governadores brasileiros no Facebook e como essa comunicação direta poderia contribuir com a crise no jornalismo tradicional. A partir da pesquisa, o autor considerou àquela época que “a disseminação do uso das redes sociais por parte de governantes combinada com o recuo da presença dos jor-

nais pode indicar um risco para a qualidade informativa do debate público na democracia contemporânea” (Gandour, 2019, p. 7).

Martins *et al.* (2021) pontuam o paradoxo atual dos processos políticos que enfatizam a imagem de líderes personalistas, mas que se deparam com uma realidade política em que, para que seja possível governar, é necessária a manutenção de grupos e coalizões de apoio nos legislativos. “Isso revela que a Campanha Permanente implica em fazer com que os atores políticos não somente façam uma boa retórica de seus atos, como também adaptem a estratégias aos contextos políticos e eleitorais em que estão inseridos” (Martins *et al.*, 2021, p. 27).

## **Governadores estaduais no instagram**

A partir da observação e da coleta do número de seguidores e de publicações no perfil pessoal de cada governador de Estado e também do perfil institucional do governo estadual na plataforma de mídia social Instagram em 28 de janeiro de 2023, verificou-se naquele momento que o governador que mais possuía seguidores era do estado de São Paulo, Tarcísio de Freitas. Conforme mostra a Tabela 1, a quantidade foi 2,6 vezes maior que a do governador de Minas Gerais, Romeu Zema, que ficou na segunda colocação. Em relação ao perfil institucional do governo de São Paulo, a conta do governador possuía 5,8 vezes mais seguidores do que a administrada pelo estado.

A conta de Tarcísio de Freitas foi criada em dezembro de 2018, enquanto a do governo de São Paulo foi criada em

dezembro de 2013. Esse aspecto pode explicar a diferença do número de publicações. Enquanto o perfil do governador possuía em 28 de janeiro de 2023, 2.447 postagens, a do governo estadual registrava um número três vezes maior.

Já o número de seguidores pode ser contextualizado pela disputa estadual ter sido nacionalizada, já que Tarcísio foi um dos principais ministros do então presidente Jair Bolsonaro, que o lançou na disputa contra o candidato Fernando Haddad, apoiado por Lula. Destaca-se ainda que São Paulo é o estado com maior população do país e maior arrecadação. A contraposição do número de seguidores do governador com o do governo do Estado demonstra o personalismo da política como apontado por Albuquerque (1999).

Em relação ao número de postagens, o governador do Pará Helder Barbalho possuía na data da coleta 9.993 posts no Instagram. O perfil pessoal foi criado em dezembro de 2012 e se destaca também por ocupar a quinta colocação em número de seguidores dentre os governadores. A frequência de publicações é apontada por Joathan e Lilleker (2020) como uma das características da campanha permanente. Dos 28 governadores, 15 possuem mais seguidores do que os perfis institucionais dos estados que representam.

O governador com menor número de seguidores foi Eduardo Riedel, do Mato Grosso do Sul, com apenas 44.600 em 28 de janeiro de 2023. A conta foi criada por ele em junho de 2017. O político está em primeiro mandato. O perfil do governo do Estado possuía na mesma data 73.700 seguidores.

**Tabela 1** – Número de seguidores e de publicações nos perfis pessoais dos governadores e nos perfis institucionais dos governos dos estados em 28/01/2023

Governador	Estado	Perfil pessoal		Perfil do governo do Estado	
		Seguidores	Publicações	Seguidores	Publicações
<i>Tarcísio de Freitas</i>	São Paulo	3.200.000	2.447	548.000	8.026
<i>Romeu Zema</i>	Minas Gerais	1.200.000	3.604	285.000	3.268
<i>Eduardo Leite</i>	Rio G. do Sul	732.000	1.921	194.000	3.591
<i>Raquel Lyra</i>	Pernambuco	705.000	5.639	330.000	7.593
<i>Helder Barbalho</i>	Pará	597.000	9.993	273.000	487
<i>Ronaldo Caiado</i>	Goiás	532.000	8.460	162.000	4.117
<i>Jerônimo Rodrigues</i>	Bahia	469.000	1.596	366.000	3.169
<i>Ratinho Junior</i>	Paraná	428.000	6.901	230.000	580
<i>Wilson Lima</i>	Amazonas	351.000	3.874	227.000	1.068
<i>Claudio Castro</i>	Rio de Janeiro	266.000	5.039	200.000	4.127
<i>Fátima Bezerra</i>	Rio G. do Norte	251.000	8.254	196.000	783
<i>João Azevedo</i>	Paraíba	226.000	2.913	131.000	8.551
<i>Renato Casagrande</i>	Espírito Santo	210.000	4.190	223.000	6.211
<i>Paulo Dantas</i>	Alagoas	184.000	1.871	216.000	392
<i>Elmano de Freitas</i>	Ceará	177.000	5.176	604.000	3.537
<i>Jorginho Melo</i>	Santa Catarina	162.000	3.189	280.000	3.690
<i>Carlos Brandão Jr</i>	Maranhão	158.000	4.100	485.000	18.666
<i>Mauro Mendes</i>	Mato Grosso	116.000	3.989	121.000	1.541
<i>Ibaneis Rocha</i>	Distrito Federal	115.000	1.920	183.000	601
<i>Gladson Cameli</i>	Acre	111.000	6.697	51.700	4.943
<i>Rafael Fonteles</i>	Piauí	110.000	2.331	150.000	2.912
<i>Fábio Mitidieri</i>	Sergipe	95.500	4.036	158.000	2.571

Governador	Estado	Perfil pessoal		Perfil do governo do Estado	
		Seguidores	Publicações	Seguidores	Publicações
<i>Antônio Denarium</i>	Roraima	87.000	5.050	76.400	613
<i>Clécio Luis</i>	Amapá	79.300	3.503	64.500	3.882
<i>Wanderlei Barbosa</i>	Tocantins	62.500	1.552	81.900	1.091
<i>Marcos Rocha</i>	Rondônia	56.000	1.498	70.500	9.331
<i>Eduardo Riedel</i>	Mato G. do Sul	44.600	1.730	73.700	5.594

Fonte: Autor (2023).

## Considerações finais

O conceito campanha permanente revela uma abordagem política contemporânea na qual estratégias eleitorais são desenvolvidas ao longo dos mandatos para manter e fortalecer a imagem positiva dos representantes políticos, buscando garantir futuros sucessos eleitorais. Esse conceito, impulsionado pelas TICs, especialmente as plataformas de mídias sociais, adquire uma centralidade marcante na sociedade atual.

As pesquisas sobre campanha permanente desafiam a ideia tradicional de que as campanhas eleitorais começam apenas no período eleitoral, ressaltando a importância das ações fora desse contexto. A ascensão das mídias sociais como fonte de informação política não pode ser subestimada. Plataformas como Facebook, Instagram e YouTube ganham destaque, permitindo que os governadores moldem sua imagem pública, interajam diretamente com os eleitores e influenciem a opinião pública.

Em síntese, a campanha permanente, apoiada pelas plataformas de mídias sociais, emerge como uma estratégia signifi-

cativa para governadores brasileiros moldarem suas imagens, interagirem com os eleitores e influenciarem a opinião pública, mas também o de fortalecer a democracia e promover a transparência e *accountability* no governo estadual.

O cenário em constante evolução das TICs requer uma reflexão contínua sobre como as plataformas de mídias sociais podem ser utilizadas de maneira ética e eficaz na esfera política.

A partir deste levantamento introdutório e tendo em vista as classificações feitas sobre a campanha permanente, pesquisas futuras devem se debruçar nas categorias de campanha permanente levantadas por esse trabalho para analisar como os governadores se apropriam da plataforma de mídia social para desenvolver estratégias de campanha permanente.

## Referências

ALBUQUERQUE, A. “Aqui você vê a verdade na tevê”: a propaganda política na televisão. Niterói: MCII, 1999.

BACHINI, N. *et al.* Comunicação política no ambiente digital: uma análise das campanhas eleitorais municipais de 2020 no Facebook. **Opinião Pública**, Campinas, v. 28, n. 3, p. 750–786, set. 2022. DOI: 10.1590/1807-01912022283750

BRASIL. Senado Federal. TSE divulga divisão do fundo eleitoral para 2022. Brasília, DF: Senado Federal, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br>. Acesso em: 15 jul. 2023.

BUCCI, E. **O Estado de Narciso**: a comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

CIOCCARI, D.; PERSICHETTI, S. A campanha eleitoral permanente de Jair Bolsonaro: o deputado, o candidato e o presidente. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 13, n. 3, p. 135–151, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/28571>. Acesso em: 11 ago. 2023.

D'ANDRÉA, C. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32043>. Acesso em: 10 ago. 2023.

FERNANDES, C. M. *et al.* Campanha permanente de Dilma Rousseff: uma análise da comunicação governamental e das estratégias eleitorais. **Mediaciones Sociales**, [S. l.], n. 15, p. 81–100, 2016.

FRANÇA, V. Comunicação e política: edifica-se uma tradição? **Revista Eletrônica Compós**, [S. l.], 2000.

GANDOUR, R. **Jornalismo em retração, poder em expansão: como o encolhimento das redações e o uso crescente de redes sociais por governantes podem degradar o ambiente informativo e prejudicar a democracia**. 2019. 162 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

HECLO, H. Campaigning and governing: a conspectus. *In*: ORNSTEIN, N.; MANN, T. (ed.). **The permanent campaign and its future**. Washington, DC: Brookings Institution Press, 2000.

HOOTSUITE. **Digital 2023: Brasil**. [S. l.]: We Are Social: Meltwater, 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 7 ago. 2023.

JOATHAN, Í. Campanha permanente em busca da Presidência da República: as estratégias de comunicação de Jair Bolsonaro no Facebook entre 2015 e 2018. **Revista Ecomm**, Lorena, v. 11, n. 22, p. 367–388, 2020.

JOATHAN, Í.; LILLEKER, D. G. Permanent campaigning: a meta-analysis and framework for measurement. **Journal of Political Marketing**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 67–85, 2020.

MAIA, R. C. M.; HAUBER, G.; PAULA, J. E. Análise de conteúdo. *In*: MAIA, R. C. M. (org.). **Métodos de pesquisa em comunicação política**. Salvador: EDUFBA, 2022. p. 39–80.

MARTINS, T. F.; FERNANDES, C. M.; OLIVEIRA, L. A. Campanha permanente: estratégias do PT na propaganda partidária gratuita e na propaganda eleitoral. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, Curitiba, v. 12, n. 1, out. 2021.

MASSUCHIN, M. G.; SILVA, L. F. Campanha permanente nas redes sociais digitais: um estudo de caso da análise da fanpage do governador Flávio Dino, no Brasil. **Revista Internacional de Relaciones Públicas**, [S. l.], v. 9, n. 17, p. 229–248, 2019.

MEDEIROS, A.; CHIRNEV, L. **Guia de comunicação pública**. Brasília, DF: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021. E-book.

MENDONÇA, R. F.; AGGIO, C. As metamorfoses da esfera pública ou a nova mudança estrutural. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 30., 2021, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Compós, 2021.

NEVES, R. **Com Lula e Bolsonaro, eleição rendeu até 18 vezes mais a Google e Facebook**. São Paulo: UOL, 26 nov. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br>. Acesso em: 25 jul. 2023.

NICOLAU, J. M. **O Brasil dobrou à direita: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

VAN DIJCK, J.; NIEBORG, D.; POELL, T. Reframing platform power. **Internet Policy Review**, Berlim, v. 8, n. 2, p. 1–18, 2019.

# EIXO FUTURO

Tecnologias, interfaces do digital e  
impactos políticos e sociais





## CAPÍTULO 1

# A interface Comunicação/Educação como materialização do pensamento freiriano<sup>1</sup>

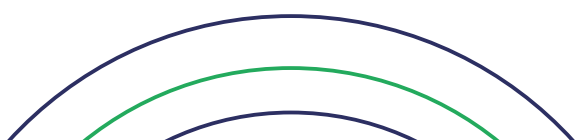


**Resumo:** O trabalho trata sobre a assertiva que se alastrou entre docentes/pesquisadores de certas correntes da *Comunicação/Educação*: a interface pode ser o pensamento freiriano materializado em práticas/processos. O contributo do educador não é estruturador da Educação Básica e há distanciamentos entre as suas teorias educacionais e as práticas das escolas pelo Brasil. Assim, o objetivo é evidenciar a interface Comunicação/Educação, em suas esferas práticas, como concretização do pensamento de Freire.

**Palavras-chave:** Educação. Educomunicação. Paulo Freire.

## Introdução

Parece consenso entre especialistas, professores e pesquisadores de ambas as áreas, o reconhecimento da interface *Comunicação/Educação* como um caminho para repensar, provocar e promover, a partir dos contributos do pensador Paulo Freire,

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 É doutorando (2021–2025), com apoio da Capes, em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) e, atualmente, intercambista de Doutorado Sanduíche pela Universidade de Guadalajara (UdeG), México. É mestre (2017–2019), com apoio do CNPq, pelo mesmo Programa e Universidade. É graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (2008–2011) pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). É professor visitante do curso de Pós-Graduação em Metodologias Ativas e Educação 4.0, da Associação Catarinense de Ensino (ACE).
- 

novos meios de se fazer comunicação admitindo-a como atividade essencialmente educativa e vice-versa.

A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados (Freire, 1968, p. 46).

Neste sentido, diversas ações/iniciativas/movimentos (projetos/coletivos/oficinas) com arcabouço interseccional das áreas costumam, no âmbito da educação e suas instâncias, *a*) refletir sobre o uso da tecnologia em prol do direito à comunicação e sua democratização e *b*) estimular a produção de peças educ comunicativas em mídias alternativas cujas narrativas se articulam, de algum modo, em oposição aos sistemas alienantes/opressores gerenciados pelos conglomerados de comunicação e pelas *big techs* (grandes empresas de tecnologia).

De modo mais ou menos sistemático, vê-se que tais ações/iniciativas/movimentos costumam desenvolver, em seus estudantes/participantes, sentidos de autonomia, cidadania, consciência, criatividade, criticidade, democracia, dialogismo, emancipação, engajamento, libertação, participação e protagonismo, entre outros pontos sobre os quais Paulo Freire, pensador brasileiro do Século XX, se debruçou em sua vida e obra, filosofia e pedagogia.

Ainda em fase de formulação neste Projeto de Pesquisa, nossa tese se dá em defesa da experiência interfacial *Comunicação/Educação* como materialização do pensamento de Freire cujo legado como educador/escritor é fonte nacional e internacional de estudos acadêmicos, práticas educativas e políticas

públicas. Os contributos críticos/libertários do patrono da Educação brasileira lançaram sementes no solo fértil da *Educomunicação*<sup>3</sup>.

Alicerce do pensamento latino-americano sobre a inter-relação entre comunicação e educação, Paulo Freire iluminou as bases de um novo modelo comunicacional considerado por Jesús Martín-Barbero como a primeira teoria latino-americana de comunicação. Paulo Freire desponta como o educador que definiu bases sólidas para gestar os espaços dos ecossistemas comunicativos, pois sua teoria dialógica, baseada em colaboração, união, organização e síntese cultural, aproxima-se do conceito de *Educomunicação*. A *Educomunicação* é um campo teórico-prático integrado e integrador que pressupõe um *modus operandi* que reconceitua a relação comunicação e educação (Sartori, 2002, p. 1).

Por ocasião deste Projeto de Pesquisa, cabe dizer que não somos favoráveis à ideia da *Educomunicação* como campo científico, para o qual precisa avançar substancialmente, sobretudo porque os entrelaçamentos entre Comunicação e Educação são mais antigos e, portanto, antecessores às pesquisas/práticas no entorno do conceito de *Educomunicação*. De todo modo, não por opção teórico-metodológica senão meramente designativa do objeto, pode ser que nos refiramos à interface entre as áreas, a partir da nomenclatura acima citada.

---

3 Vale sublinhar que, por opção meramente simbólica, nosso trabalho adota como padrão apresentar, em letra maiúscula, termos como *Comunicação/Educação*, *Educomunicação* e outros afins.

Na *Comunicação/Educação*, teorias e práticas se retroalimentam continuamente. Neste sentido, a *Educomunicação* pode parecer a palavra de Paulo Freire transformada em ações/iniciativas/movimentos interfaciais entre dois campos historicamente constituídos por fundamentos epistemológicos, referenciais teóricos e procedimentos metodológicos.

É por isso que só através da práxis autêntica que, não sendo blá-blá-blá, nem ativismo, mas ação e reflexão é possível [...] (Freire, 1996, p. 52).

O educador, no entanto, não teria usado tal nomenclatura, ainda pouco conhecida à época de sua morte em maio de 1997, para designar seus pensamentos e suas reflexões. Nesta perspectiva, há quem diga que para o próprio Freire, se ainda estivesse entre nós, toda sua obra se materializaria, atualmente, na *práxis Comunicação/Educação* por meio dos projetos, coletivos e/ou oficinas da *Educomunicação*. Nossa observação e percepção nos permitem concordar com a máxima porque — em cada prática nos espaços educativos formais, informais e não formais — é possível identificar sinais de suas falas e pedagogias.

Ainda assim, podemos dizer que não há pesquisas mais ou menos aplicadas sobre a discussão em questão e, portanto, em se tratando da originalidade como requisito doutoral, no Projeto de Pesquisa nos dispomos a defender como tese tal ideia que, assistematicamente, se alastrou entre especialistas, professores e pesquisadores da *Comunicação/Educação*.

O presente trabalho e, a *posteriori*, a Tese de Doutorado fundamentam-se e estruturam-se, de um lado, no quadro teórico de referência, seus conceitos e seus autores, entre os quais,

Adilson Odair Citelli, Guillermo Orozco Gómez, Ismar de Oliveira Soares, Jesús Martín-Barbero, Mario Kaplún e o próprio Paulo Freire e se orientam, de outro lado, pelo modelo de trabalho formulado por Maria Immacolata Vassalo de Lopes, que discute epistemologicamente, a metodologia como o todo complexo/estruturador do ato científico.

Grosso modo, dados, resultados e considerações mais ou menos satisfatórios no plano teórico-epistemológico são colhidos/obtidos por meio de articulações/cruzamentos do objeto de estudo (justificativa, objetivo etc.) com teorias/epistemologias, além de hipóteses submetidas à checagem pela ida à campo como expediente metodológico. A seguir, o trabalho se aplica sobre tais seções, seus desdobramentos e encaminhamentos.

## **Justificativa**

É urgente lançarmos luzes, olhares e vozes, no âmbito da *Comunicação/Educação*, sobre a influência de Paulo Freire na constituição, consolidação e popularização da interface como teoria e prática interseccional. Embora seja (re)conhecido como autor de referência para ambos os campos, alguns fundamentos epistemológicos e certas experiências práticas, podemos dizer que poucos estudos se aplicaram, tal como nos propomos neste trabalho, a estudar os contributos de Paulo Freire, suas filosofias e suas pedagogias, materializadas em projetos, oficinas e coletivos do arcabouço teórico/prático da *Comunicação/Educação*, a partir de suas múltiplas correntes como Alfabetização Midiática, Educação Midiática (*Media Education*), Educação para Comunicação, Literacia Midiática (*Media Literacy*), Mídia-Educação e *Educomunicação*, entre outras terminologias afins.

Tais nomenclaturas, em distintos tempos e espaços, remotos e contemporâneos, em nosso país e em outros vários, representam diferentes vertentes/tendências, modos/maneiras de se conceber e de se integrar os campos da *Comunicação e Educação* por meio de enfoques teóricos e/ou práticos.

É possível localizar nas primeiras décadas do século XX o surgimento de preocupações referentes às interfaces da *comunicação/educação*. Certamente existem ângulos e níveis diferentes de inquietações, algumas afeitas a planos morais, outras envolvendo instâncias técnicas ou mesmo ontológicas (Citelli, 2011, p. 69).

Nosso Projeto de Pesquisa, por ora, e nossa tese, *a posteriori*, pretendem promover conexões entre vida/obra de Paulo Freire e interface *Comunicação/Educação* para que, de algum modo e em certa medida, possamos constatar a retroalimentação uma da outra: de um lado, o legado do educador parece não encontrar, em muitas experiências práticas, a viabilização de seu pensamento, filosofia e pedagogia cujo alcance, em termos de reflexão, superou as fronteiras do Brasil; de outro lado, ações/iniciativas/movimentos de interfaces entre os campos precisam se fundamentar e se estruturar teórica, analítica e criticamente, a partir de elementos filosóficos/pedagógicos que são, em partes, evidenciados por Freire.

Grosso modo, uma parece à busca da outra em movimento de mútua complementaridade. Não se pode afirmar, porém, que não haja outras experiências práticas que tornam viáveis/possíveis os contributos teóricos do pensamento freiriano e, tampouco, que nenhuma ação de convergência entre Comunicação e Educação esteja fundada e/ou baseada em ideários crí-

ticos e libertários que, conceitualmente falando, são inspirados pelo educador brasileiro.

O que nos propomos é, simplesmente, demonstrar as conexões entre coisa e outra, a partir de nosso exercício de observação do fenômeno que tem inquietado e preocupado, enquanto pesquisadores, um coletivo de atores sociais da interface entre os campos em tela. Aliás, tal incômodo é tratado durante toda Parte II do presente Relatório de Qualificação: *a)* de um lado, muitas práticas no âmbito da interface parecem resumir-se à simples adição de tecnologia tornando-se superficiais e meras (re)produtivistas de modelos hegemônicos de *Comunicação e Educação*; *b)* de outro lado, muitos pensamentos de Paulo Freire, senão articulados por *práxis* interfaciais se tornam o que ele próprio chamou de blá-blá-blá.

Um relato muito particular pode dar a dimensão do que estamos tratando por aqui: *a)* no universo prático, já participei de experiências que não quiseram, à luz de Paulo Freire, problematizar teoricamente, por exemplo, o uso das tecnologias e de seus *softwares* que, sabidamente, atuam a serviço de pessoas e empresas com interesses político-econômicos;

*b)* no universo teórico, já acompanhei congressos cujo entendimento dos conferencistas é de que o pensamento teórico de Freire bastaria por si só, a partir do qual se dispensariam quaisquer movimentos de aplicação prática da obra, filosofia e pedagogia deste educador.

Uma reflexão/análise pode apontar que ambas as linhas são contraditórias porque: *a)* experiências práticas com uso de tecnologias sem a devida reflexão acerca da questão é mera aceitação do *status quo* para aquela que se propõe como uma educação *moderna*; *b)* debates teóricos sobre Freire que não via-

bilizam a materialização de seu pensamento são superficiais uma vez que o próprio educador dizia que coisa e outra são indissociáveis.

A teoria sem a prática vira ‘verbalismo’, assim como a prática sem teoria vira ‘ativismo’. No entanto, quando se une a prática com a teoria tem-se a *práxis*, a ação criadora e modificadora da realidade (Freire, 1996, p. 25).

Tais ponderações podem servir como subsídios para concepção desta justificativa, ainda que saibamos que nosso trabalho não é nem origem e tampouco destino da discussão senão apenas mera contribuição para o exercício de se refletir e se agir acerca da interface entre *Comunicação e Educação*, considerando suas adversidades e suas oportunidades. Nossa impressão é que as reflexões e as análises, contidas neste relatório de qualificação, parecem já ter algum sentido para os sujeitos envolvidos cabendo ao Projeto de Pesquisa reunir tais questões em tese que contribua, de certo modo e em alguma medida, com o tema. Nosso trabalho, portanto, não é caminho e nem solução para todos os desafios da questão, mas um indicativo do estado das coisas em dimensões teórico-práticos ou, ainda, um *start* para ampliar os debates e as experiências acerca da integração interfacial dos dois campos.

A relação de proximidade, pessoalidade e intimidade entre sujeito e objeto também se dá como uma justificativa de pesquisa em função de nosso envolvimento/engajamento<sup>4</sup>,

---

4 Somente p caráter social/afetivo não sustenta uma justificativa de pesquisa. Todo modo, Lopes (2014) afirma que questões pessoais (históricas/ institucionais) podem se apresentar entre as razões pelas quais — em movimento

relativamente frequente e razoavelmente contributivo, como professor/educador em projetos, oficinas e coletivos de escolas e de outras organizações em Joinville/SC, minha cidade natal, e em outras como Itajaí/SC, Curitiba/PR e São Paulo/SP. Ainda mais, a interface *Comunicação/Educação* é objeto de estudo deste pesquisador há mais de dez anos desde que ouvi na Universidade, pela primeira vez, a palavra *Educomunicação*. Aquele dia me despertaria para algo sobre o qual dedicaria uma vida toda: seja na prática participando de ações, iniciativas e movimentos, seja na reflexão e produção acadêmica que me tornaria pesquisador deste tema. Isto porque não consegui me dedicar somente à primeira em detrimento da segunda e vice-versa, pois a teoria e a prática se retroalimentam.

Nos tempos contemporâneos cujas transformações da realidade, da sociedade e das relações estão cada vez mais aceleradas, os desafios para a Educação e a Comunicação se multiplicam em alta velocidade. Parecem ser imprescindíveis pesquisas e práticas que se dediquem a repensar espaços educativos tornando-os mais interessantes e assertivos a partir de expedientes comunicativos na didática-pedagógica e no ensino-aprendizagem. Neste sentido, à luz de Freire, o trabalho pode colaborar para consolidação/popularização de *práxis* de *Comunicação/Educação*, a partir dos mais distintos enfoques/designativos.

Por esta e outras razões que realizar tal pesquisa sobre *Comunicação/Educação* é maneira de colaborar na construção de entendimento coletivo, analítico e crítico sobre teoria e prática lançando uma tese que não se constitua mera bibliografia,

---

externo ao exercício da ciência — um pesquisador decide investigar sobre determinado tema.

mas que também promova reflexões e análises de práticas e de processos dos projetos, oficinas e coletivos da *Educomunicação* e de outras atividades imbricativas dos campos e suas terminologias.

De todo modo, as questões que podemos lançar e as inquietações que pretendemos equacionar parecem constituir algum interesse de meus pares, de educadores e de outros profissionais que atuam no âmbito integrativo das áreas. Creio ser satisfatório se, ao término do trabalho, puder dizer ou comprovar que o pensamento freiriano e a interface *Comunicação/Educação* não deveriam seguir paralelas haja vista que, convergindo-se, podem se articular entre si oferecendo contribuições mútuas em dimensões teórico-práticas.

## Quadro teórico de referência

Nesta perspectiva, formulamos um círculo teórico constituído pelos sete autores<sup>5</sup> que podem fundamentar este trabalho dos pontos de vista epistemológico e metodológico. São pensadores, professores e pesquisadores que, ao longo de nossa trajetória acadêmica, foram referências para compreensão do que seja o complexo fenômeno da interface entre *Comunicação e Educação*, nos servem de modelo e de inspiração para nossas *práxis* e nos fornecem elementos teóricos para concepção deste Projeto de Pesquisa, ora construído.

---

5 Os sete autores do círculo teórico, por ocasião do trabalho ordenados e justificados em quatro camadas de relevância, compõem o quadro teórico de referência uma vez que, fruto de escolhas metodológicas, parecem melhor representar nossas compreensões sobre os campos e mais podem contribuir na construção da tese.

Os sete autores estão dispostos em círculo a partir de quatro camadas que ordenam suas conexões e suas relações com o objeto de estudo e com a nossa trajetória acadêmica.

Em evidência, Paulo Freire, sobre o qual está direcionado o trabalho e dirigida a pesquisa. A própria tese do trabalho e demais seções está vinculada ao patrono da Educação brasileira, (inter)nacionalmente (re)conhecido por sua pedagogia crítica, do oprimido e da autonomia.

Jesús Martín-Barbero e Mario Kaplún compõem, em segunda camada, o círculo teórico. Eles que viabilizaram, na área da Comunicação, pensamentos e contributos em dimensões teórico-práticas e que abordaram, respectivamente, temas como mediações/experiências midiáticas e conceitos/modelos de comunicação transformadora em oposição à bancária.

Na parte superior do círculo teórico em tela, originalmente constituído por sete autores, forma-se um triângulo com base e pilares cujos representantes são, grosso modo de dizer, o primeiro da Educação, outro da Comunicação e o último da interface entre elas duas, ainda que todos sejam autores dos campos em questão, entrecruzando-os em seus estudos.

Adilson O. Citelli e Guillermo O. Gómez constituem a terceira camada do círculo teórico: o primeiro é meu orientador de mestrado e de doutorado, ainda em curso, pela ECA/USP; o segundo é meu tutor do *sandwich* durante minha estadia na Universidade de Guadalajara. Ambos me influenciaram acerca de seus modos de compreender as relações e as conexões *Comunicação/Educação* e as interfaces que emergem como fruto da aproximação de ambas observadas/formuladas por eles pelos vieses, respectivamente, da linguagem e da audiência.

Ismar de O. Soares e Maria I. V. de Lopes integram a quarta camada do círculo teórico. Ambos circunscritos na ECA, os dois são fundamentais: ele por representar o modelo que melhor conheço e que mais me agrada de interface das áreas qual seja a *Educomunicação*; ela por orientar o aspecto estrutural da dissertação e da tese por meio de seu reconhecido modelo metodológico que se tornou referência para produção científica em Comunicação.

## Objetivos

Considerando *a)* o Projeto de Pesquisa que propõe tese em defesa da assertiva de que a *Comunicação/Educação* é o pensamento freiriano materializado em práticas/processos e *b)* as seções deste trabalho (justificativa/problema/teoria/método), é nosso Objetivo Geral: evidenciar experiências, práticas e processos de ações/iniciativas/movimentos da interface *Comunicação/Educação* como materialização da obra e do legado de Paulo Freire identificando, nas práxis de projetos/oficinas/coletivos, relações e conexões entre o fenômeno e o autor que suscitem reflexões, análises, ciências e políticas sobre o tema.

O objetivo geral conjuga, a partir de Lopes (2014), três expedientes de pesquisa, reunindo-as: empírica, teórica e prática. Tais *ordens* parecem descritas na última linha ao se almejar que, fruto da tese, possamos suscitar *a)* reflexões e análises sobre o fenômeno em questão qual seja o da interface entre campos, *b)* ciências em saberes e conhecimentos sobre a temática e produção de obras acadêmicas, *c)* políticas públicas e privadas, internas e externas, em prol da (re)estruturação, parcial e/ou integral,

em curto ou em médio prazo, do arcabouço teórico-prático da interface assim como das leis e dos currículos em Educação.

O atingimento do objetivo geral é uma empreitada que, segundo Lopes (2014), não é evidente nem gratuita, mas se torna alcançável por meio de dez Objetivos Específicos agrupados/categorizados em quatro ordens a partir das características de seus expedientes:

### *Objetivos Específicos (de ordem empírica)*

- Observar práticas e processos na interface *Comunicação/Educação* por meio dos quais *personas* (professores/estudantes/mediadores/participantes) e territórios (escolas/grupos/organizações/bairros) sejam, de alguma forma e em certa medida, transformados positivamente propondo-nos, a partir desta observação, comparar o *antes* e *depois* desses sujeitos e espaços sociais uma vez que, agentes/agências de experiências da *práxis*, podem exemplificar/fortalecer o enunciado desta tese;
- Colher falas/relatos e captar percepções/intuições de *personas*/territórios da *práxis* — *tanto* de profissionais da Educação em distintos níveis e também do terceiro setor *quanto* de estudantes/participantes das atividades de *Educomunicação* — que estejam relacionadas com o pensamento de Freire, categorizando-as por termo/fenômeno;
- Orientar-se etimológica, semântica e conceitualmente pelo Dicionário Paulo Freire acerca dos principais termos que podem representar, como num mapa conceitual, parte do pensamento deste educador. Tais conceitos/fenômenos, ainda que sejam universais, foram política, ideológica e pedagogicamente ressemantizados por ele.

### **Objetivos Específicos (de ordem teórica)**

- Aplicar-se, às leituras e às reflexões, acerca do conjunto de obras e autores latinos que se constituem bases e pilares da interface *Comunicação/Educação* como, por exemplo, Mário Kaplún, Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco Gómez e, ainda, Adilson Odair Citelli e Ismar de Oliveira Soares, circunscritos na ECA/USP;
- Aprofundar-se, em termos teóricos, sobre a vida, a obra e o legado de Paulo Freire e suas pedagogias críticas, a partir da (re)leitura dos seus livros, especialmente, dos *best-sellers* como *Pedagogia do Oprimido*, *Pedagogia da Autonomia*, *Pedagogia da Esperança*, *Educação como prática da liberdade*, *Educação e mudança*, *A importância do ato de ler*, *Por uma pedagogia da pergunta* etc.;
- Comparar as matrizes e as nuances teóricas entre os trabalhos/pesquisas de autores da *Comunicação/Educação* e os contributos/obras de Paulo Freire a partir de suas inúmeras perspectivas com o intuito de se identificar aproximações e diálogos, relações e conexões, tangenciamentos, intersecções e cruzamentos entre ambos cujo expediente pode materializar tabelas/infográficos e compor capítulo da tese.

### **Objetivos Específicos (de ordem prática)**

- Problematizar, exemplificar, refletir e analisar práticas/processos de experiências da interface *Comunicação/Educação* que — cometendo determinados reducionismos teóricos ao compreender o fenômeno em tela por uma única e simples perspectiva e distanciando-se de referências teóricas (pedagógicas, filosóficas e sociológicas) que melhor observam/interpretam o todo complexo estado constitu-

ído das coisas — tornam-se rasas/frívolas, anulam-se a si próprias e, ainda que bem intencionadas, a) parecem estar a serviço da perpetuação do(s) *status quo* e da manutenção das relações de poder, dominação e opressão, operadas pelas lógicas do Capitalismo e b) dificultam a constituição, o fortalecimento e a popularização daquilo que certas correntes estão chamando de *novo campo de intervenção social*, uma vez que não haja, no fenômeno em tela, objeto, método e, sobretudo, teoria bem definidos;

- Sugerir como, a médio/longo prazo, o pensamento/contributo teórico do patrono da Educação brasileira pode compor políticas e currículos do campo em questão, a partir da criação e implementação de ações/iniciativas/movimentos na interface *Comunicação/Educação* que, nos mais distintos espaços educativos e seus níveis, promovam experiências de diálogo, de crítica e de outras práticas a lá Paulo Freire.

### ***Objetivos Específicos Secundários (de ordem organizativa/demonstrativa)***

- Catalogar exemplos de ações/iniciativas/movimentos que, embora não pertençam à interface *Comunicação/Educação*, também pareçam, em teoria e em prática, materializar a obra e o legado de Paulo Freire de forma que se demonstrem outras perspectivas, possibilidades e oportunidades — exitosas e não exitosas — na tentativa de se tornar possível e viável os pensamentos/contributos do educador brasileiro;
- Catalogar dissertações e teses brasileiras na interface *Comunicação e Educação* para comprovar a originalidade e a importância de nosso estudo que, em conjunto com outras produções científicas e forças acadêmico-institucionais,

pode colaborar na construção de imaginário coletivo em torno do fenômeno e de suas relações com Paulo Freire em prol da reflexão e da (re)invenção de suas próprias práticas e da implementação, a médio/longo prazo, de novos currículos e leis na Educação cuja estruturação, como se almeja, seja inspirada pelos ideários do nosso patrono.

## Considerações

O presente trabalho é, fundamentalmente, um Projeto de Pesquisa ainda em fase bastante embrionária. Por esta razão, nestas páginas há apenas seções de planejamento do trabalho e não necessariamente resultados obtidos uma vez que, até o momento da produção deste material e da realização do evento em tela, nenhum expediente de ida a campo foi cumprido em função do doutorado. De todo modo, — qual seja, aliás, a proposta do Conexão Pós — quisemos compartilhar um pouco daquilo que tem sido nossos principais pontos de abordagem neste percurso doutoral iniciado no ano passado pela ECA/USP.

## Referências

- CITELLI, A. O.; COSTA, M. C. C. (org.). **Educomunicação: construindo uma nova área de conhecimento**. São Paulo: Paulinas, 2011.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São. Paulo: Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1968.
- LOPES, M. I. V. **Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico**. São Paulo: Loyola, 2014.

SARTORI, A. S. **Concepção dialógica e as NTIC: a educomunicação e os ecossistemas comunicativos.** São Paulo: ECA/USP, 2002.



## CAPÍTULO 2

# Ativismo palestino através de imagens em plataformas digitais<sup>1</sup>



**Resumo:** O trabalho analisa as formas pelas quais as imagens são produzidas e circuladas de modo atrelado ao ativismo transnacional palestino. Estudamos imagens compartilhadas no Instagram, Twitter e Facebook de modo associado às hashtags *#palestine* e *#freepalestine*. Os resultados demonstram o uso de variados repertórios visuais e narrativos, associando perspectivas persuasivas ao público internacional com elementos provenientes da elaboração identitária dos palestinos.

**Palavras-chave:** Comunicação digital. Narrativas visuais. Cibertivismo palestino. Imagens de ativismo. Conflito Israel-palestina.

## Introdução

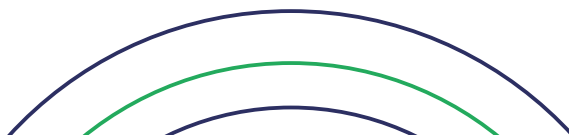
A relação entre a mídia e os conflitos contemporâneos, ainda tema de diversos estudos, é um assunto complexo, possibilitando abordagens e encaminhamentos diversos. Desde a Primeira Guerra Mundial, a mídia tem servido como uma

---

1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.

2 Mestranda em Ciências da Comunicação (ECA-USP) e Bacharel em História da Arte (UNIFESP). Orientada pela Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Daniela Osvald Ramos. Pesquisadora de arte, produção visual e ativismo transnacional palestino. E-mail: vitoria.pbaldin@gmail.com.

3 O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Fincance code 001.



importante ferramenta para propaganda e contra-propaganda em conflitos (Wieviorka, 2009). As imagens assumem uma importância crucial neste processo e são mobilizadas como legitimadoras dessas diferentes visões sobre o conflito palestino-israelense, refletindo também as percepções de temas mais amplos, como liberdade e direitos humanos. A criação e circulação de imagens é parte integrante da ação ativista contemporânea (Khatib, 2012).

Atualmente, as plataformas digitais expandiram as potencialidades comunicativas e sociopolíticas dessas mídias visuais. Para criar narrativas amigáveis aos processos de ativismo, o desenvolvimento das plataformas sociais acrescenta uma nova gama de ferramentas que podem ser utilizadas para comunicar com o público externo (Sontag, 2012). Em tal perspectiva, é possível (re)criar significados pelas formas que um evento é representado (Hall, 2016). Collins (2007) aponta que a Palestina ocupa um lugar central nos discursos ideológicos contemporâneos, especialmente para temas como conflito, ocupação e colonização. Nesse sentido, diferentes sujeitos têm suas crenças e valores atravessados pelos entendimentos sobre a realidade palestina, produzindo percepções distintas.

As imagens assumem uma importância crucial neste processo, mobilizadas como legitimadoras dessas diferentes visões sobre o conflito palestino-israelense, refletindo também suas percepções em temas mais amplos, como liberdade, ocupação e direitos humanos. Portanto, ao observar a produção e circulação de imagens ligadas à causa palestina conseguimos compreender como o ativismo transnacional contemporâneo se utiliza delas como ferramenta política, enfrentando as dificuldades decorrentes do emprego das plataformas digitais. O

presente trabalho estuda as relações entre imagem, plataformas digitais e ativismo transnacional a partir do ciberativismo palestino contemporâneo, observando a configuração das imagens produzidas e circuladas, bem como suas articulações sociopolíticas e comunicativas.

As imagens foram recolhidas a partir da pesquisa pelas palavras-chave *palestine* (#palestine) e *free palestine* (#freepalestine). Levantamos expressões compartilhadas ao longo de três meses (junho a agosto de 2022) de modo a compreender as estratégias, temas e elementos visuais mobilizados atualmente. Foram selecionadas três plataformas digitais de expressividade na comunicação contemporânea: Facebook, na época Twitter — e agora X — e Instagram. Mobilizamos a metodologia proposta por Gilbert (2018) para análise de expressões visuais em ambiência digital associada com as proposições de Doerr e Milman (2022) para reflexão sobre a utilização de imagens em movimentos sociais.

## **Mídia, imagem e conflito**

Budka e Bräuchler (2020) argumentam que, ao invés de encarar a mídia e os conflitos como dois espaços separados ou a partir de uma lógica de causalidade unidirecional, é importante considerar a noção de midiaticização como forma de refletir sobre os processos e as práticas relacionadas com a mídia nos contextos cotidianos. Para além da justaposição entre mídia e conflito, deve-se observar as realidades socioculturais experienciadas em tais embates e suas transformações no processo de midiaticização, enfatizando a integração entre eles como parte de um processo social e cultural. Nesse sentido, é essen-

cial, para os autores, não reduzir as plataformas digitais como *arquivos de comportamento digital*, abertos para o recolhimento e análise de dados, negligenciando o aspecto humanístico e as vivências dos sujeitos envolvidos em produzir, disseminar, interpretar e significar comunicações nessas redes. Portanto, para explorar a diversidade de maneiras pelas quais os sujeitos engajam-se comunicativamente através das mídias digitais em contextos de conflito, é necessário observar suas experiências nesses espaços e suas articulações com o cotidiano.

A mídia, como Khatib (2012) aponta, não é apenas mediadora do processo político, mas ocupa também a posição de agente que utiliza, dissemina, ressignifica e oculta representações a depender de seus interesses sociopolíticos. Esse fenômeno não ocorre apenas nas grandes redes tradicionais — como jornais e emissoras de televisão —, as novas mídias também estão atravessadas por tais objetivos, refletidos nos algoritmos e políticas de governança impostas a seus usuários. Budka e Bräuchler (2020) defendem que a mídia pode ser compreendida como uma forma tecnológica que medeia e modifica as relações, comunicações, interações e culturas humanas. Para os autores, a midiatização se refere às estruturas materiais humanas usadas para possibilitar e restringir a comunicação através de ordens sociais múltiplas.

As plataformas digitais também são, portanto, locais de disputa pela presença e pela visibilidade. A representação e a agência política estão diretamente associadas contemporaneamente com o aspecto visual, em que o sujeito e comunidades diversas vezes almejam liberdade para serem ouvidos e vistos. A comunicação política é atualmente fruto de uma série de processos que ocorrem em espaços físicos, digitais e

corporais (Hall, 2016), em que as diferentes expressões estão fortemente atreladas na produção, consumo e significação simbólica das imagens (Khatib, 2012). Tais expressões circulam nas plataformas digitais, interagindo e impactando-se na construção estética e comunicativa desses ambientes. Nessas relações, imagens concorrentes disputam impacto e relevância, estruturando, especialmente, suas expressões de modo a persuadir seu espectador.

Nas diversas incursões militares realizadas nas últimas décadas em Gaza, atualizações em tempo real, *selfies* dos soldados armados, vídeos dos confrontos foram produzidos por diversos agentes de ambos os lados do conflito, preenchendo as redes sociais (Pennington, 2020). Esses circuitos são uma importante ferramenta para a comunicação transnacional, em que a utilização de *hashtags* e palavras específicas estabeleceram formas estáveis pelas quais o usuário poderia demonstrar seu suporte. Expressões como *#GazaUnderAttack*, demonstrando apoio aos palestinos, e *#IsraelUnderFire*, em apoio a Israel, são utilizadas desde os eventos de 2012, auxiliando os diferentes agentes envolvidos no conflito a acompanhar as flutuações do suporte a cada um deles nas mídias sociais (Siapera; Hunt; Lynn, 2015). Assim, eles operaram também como um importante dado para monitorar como o público transnacional está compreendendo o conflito. Os eventos de 2012 em Gaza foram a primeira expressão do conflito palestino-israelense que ambos os lados utilizaram — com objetivos distintos — extensivamente das mídias sociais, especialmente, utilizando o inglês para se comunicar com públicos potencialmente amplos (Zeitzoff, 2018).

No panorama regional contemporâneo, os palestinos têm utilizado sistematicamente as imagens, especialmente através

das plataformas digitais, para a persuasão do público internacional em relação ao apoio aos diferentes agentes do conflito. Nesse sentido, como Hall (2016, p. 31) aponta, “a representação é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura”. Assim, é possível (re)criar significados para o conflito pelas formas que ele é representado. Tais tecnologias representaram a possibilidade de melhora da participação e da visibilidade de grupos tradicionalmente subordinados (Castells, 2002), especialmente questionando e renegociando os antigos padrões de representação e as hierarquias presentes nas mídias tradicionais.

A partir de 2014, com o advento de novas hostilidades de Gaza, ambos os lados aumentaram o uso de estratégias de mídia centradas no compartilhamento de imagens. Essa mídia online possibilitou que o mundo testemunhasse (Pennington, 2020) os acontecimentos que se desenrolaram na Palestina a partir da perspectiva da população local. Durante e Zhuravskaya (2018) demonstraram que as lideranças político-militares israelenses estrategicamente planejaram seus ataques em momentos em que o foco da mídia internacional tradicional estivesse em outros eventos, possibilitando menor cobertura das agressões provenientes do conflito.

O desenvolvimento das novas TICs permitiu maior fluxo de informações e imagens. Usuários equipados com smartphones puderam registrar os acontecimentos conforme eles ocorriam, compartilhando-os nas plataformas digitais. Assim, tais eventos receberam difusão e atenção transnacional substancialmente maior do que observado nas mídias tradicionais (Wolfsfeld, 2018). Assim, a diversificação dos canais de comunicação é politicamente importante, especialmente ao ampliar

a possibilidade de escuta de diferentes vozes — estruturando sistemas mais abrangentes de participação e comunicação.

## **Procedimentos metodológicos**

O presente artigo analisa as imagens circuladas em rede digital por palestinos e apoiadores de maneira associada à causa Palestina. Levantamos expressões compartilhadas ao longo de três meses (junho a agosto de 2022) de modo a compreender as estratégias, temas e elementos visuais mobilizados atualmente. Esse recorte possibilita observar a circulação e produção de imagens de maneira associada com eventos específicos, decorrentes de acontecimentos de grande repercussão, bem como analisar o escopo mais geral e constante das estratégias de comunicação palestina. Foram selecionadas três plataformas digitais de expressividade na comunicação contemporânea: Facebook e o Twitter, por serem redes sociais já conhecidas e muito utilizadas no ciberativismo da região, e o Instagram, um aplicativo centrado na difusão de imagens com grande número de usuários.

O trabalho se debruça sobre quatro tipos de imagem: (1) fotografias, ligadas às lógicas de registro de eventos e memorialização de sujeitos; (2) desenhos, como charges, cartuns, caricaturas, e suas expressões digitais; (3) grafites, produzidos, registrados fotograficamente e circulados na internet; e (4) colagens, isto é, a associação de fotografias, desenhos e/ou textos na mesma imagem. Consideramos que tais expressões visuais compõem estruturas sociais mais amplas, ligadas a processos de movimentos de protestos e reivindicações civis (Milman; Doerr, 2022). As imagens contêm estruturas estéticas e comu-

nicativas repletas de significados complexos, ligados a ação política e estruturados para atingir comunidades transnacionais.

O objetivo central é compreender as formas pelas quais elementos visuais e narrativas específicas são mobilizados na composição de imagens por ativistas da causa palestina, objetivando uma circulação transnacional. Busca-se, também, observar como as diferentes estratégias comunicacionais, ligadas a configuração das imagens e a utilização de *affordances* específicas são empregadas nas redes digitais de ciberativismo palestino.

As imagens foram recolhidas a partir da pesquisa pelas palavras-chave *palestine* (#palestine) e *free palestine* (#freepalestine). Utilizamos a metodologia proposta por Gilbert (2018) para o estudo das expressões visuais digitais em três aspectos: (I) Técnica: análise das formas pelas quais os sujeitos se utilizam do meio de produção e seus respectivos aspectos formais, como forma, composição e simbolismo; (II) Narração: centrada em observar a relação entre a obra e as narrativas a elas associadas em perspectiva simbólica proveniente de um contexto social mais amplo, em que é possível estabelecer os papéis dos personagens ali representados e as narrativas às quais ele está associado nos ambientes digitais; (III) Ferramentas: compreensão das imbricações entre a produção e o meio pelo qual ela circula, observando as formas pelas quais as diferentes ferramentas utilizadas para execução e compartilhamento da imagem.

Para a etapa de análise técnica proposta por Gilbert, utilizaremos da metodologia desenvolvida por Milman e Doerr (2022). Portanto, buscaremos analisar cada uma das produções em três etapas: (1) descrição do conteúdo, com foco especial

nos elementos evidentes; (2) análise da composição visual, estabelecendo relações entre os elementos presentes; e (3) contextualização, consideração do contexto de produção, buscando mais informações ou análises de outros pensadores sobre elas como forma de fundamentar nossa análise.

## Resultados e discussão

Analisaram-se 49 imagens, recolhidas em diferentes plataformas. As imagens que se adequavam ao *corpus* proposto, foram incluídas no material de análise, sem objetivo de equiparar o número de imagens de cada plataforma, tendo em vista a observada redundância e semelhança entre tais comunicações. Isto é, o conteúdo imagético era semelhante, mas as formas de difusão destes em relação à utilização das ferramentas (*affordances*) para a circulação eram distintas, implicando a necessidade de comparação entre as presentes plataformas.

Os resultados obtidos enfatizam a utilização de perspectivas persuasivas ao público internacional com elementos provenientes da elaboração identitária dos palestinos. A utilização de ferramentas, em especial das *hashtags*, no Twitter e no Instagram, auxiliaram a expandir o público potencial das comunicações, associando elas a tópicos diversos. No caso do Facebook, notou-se a opção por permanecer em grupos fechados, em que os sujeitos sentem segurança para se expressar<sup>4</sup>.

---

4 Os grupos levantados são *Palestine*: <https://www.facebook.com/groups/ahmad.palestine>; *PALESTINE*: <https://www.facebook.com/groups/1518294281736943>; *Free Palestine*: <https://www.facebook.com/groups/997022440813961> e *Free Palestine*: <https://www.facebook.com/groups/100382450047176>. Acesso em: 18 jan. 2023.

Os resultados são significativos para a presente pesquisa em decorrência da possibilidade de observar as implicações do ativismo transnacional palestino nas formas de configurar e circular as imagens nas plataformas digitais contemporâneas. Constatou-se a utilização de elementos visuais recorrentes e variáveis, mobilizados para construção de narrativas políticas distintas, associadas a estratégias de ativismo digital distintas. Além disso, os resultados foram relevantes para compreensão das estratégias empregadas por ativistas da causa palestina para construção do ativismo digital através das imagens circuladas. A utilização de ferramentas específicas de cada plataforma foi parte do processo de comunicação, estruturado de modo a facilitar a circulação dessas imagens.

Das imagens analisadas, 41 tinham como elemento central, parte do repertório visual recorrente organizado para fins de apresentação em 6 eixos: a bandeira palestina, o mapa pré-1948, as roupas tradicionais, mortos, as Forças de Defesa de Israel e crianças. Os elementos variáveis foram recorrentes em imagens do tipo desenho, em especial, nos cartuns e caricaturas, tendo em vista a característica dessas comunicações para veiculação de críticas e sátiras em portais de notícias. Assim, as charges e cartuns analisados mobilizaram elementos mais diversificados em suas produções, em consonância com demandas do período.

Portanto, foi possível observar a presença de elementos que atravessam temporalmente a produção de imagens relativas ao ativismo palestino. Esses elementos são associados à cultura visual palestina, bem como demandas mais amplas, como autodeterminação, ligada à bandeira, e o direito ao retorno, conectado às roupas tradicionais — bem como a

idealização da vida pré-1948 — e o mapa. Além disso, a representação dos mortos e das crianças opera em consonância aos elementos que enfatizam a violência da ocupação israelense, denunciando a repressão cotidiana e o impacto na vida com profundo tom emocional. Já os elementos variáveis possibilitam adequar as comunicações para temas de debate mais atuais, (re)elaborando os elementos da cultura visual palestina e demandas específicas.

As narrativas difundidas pelas imagens compartilhadas pelo ciberativismo palestino estão ligadas a perspectivas mais amplas da causa palestina. Organizamos as comunicações a partir de quatro narrativas principais: (1) vitimização do povo palestino; (2) a resistência cotidiana, ligada ao conceito do *sumud*<sup>5</sup>; (3) a idealização do passado palestino camponês pré-1948, associado ao direito ao retorno; e (4) a solidariedade internacional a causa palestina. Assim, apesar da recorrente demanda de não postular internacionalmente o povo palestino como vítima indefesa (Hochberg, 2015), o ativismo palestino tem sistematicamente utilizado da operacionalização do afeto (Sodré, 2006) para apresentação da vitimização do povo palestino como base para solidariedade internacional. Essa narrativa dialoga com os repertórios da Intifada, em que a violência que Israel submetia os palestinos foram a base para conquista de atenção e legitimidade internacional. Tal ênfase também é

---

5 O conceito do *sumud* — de origem islâmica, mas ligado ao povo palestino de modo geral — se refere a vontade de perdurar e resistir, ligada à vida cotidiana ordinária. A palavra significa literalmente *firmeza* e está associada com a oliveira, representante da permanência e da sobrevivência. O conceito do *sumud* apoiou pequenas contribuições diárias, como seguir rindo, casar, ter filhos, estudar, obter diploma, acreditar em um futuro melhor, até questões mais amplas como defender seus valores, proteger os demais membros da comunidade e rejeitar uma relação injusta com o ocupante.

evidenciada pela tentativa de afastar os palestinos dos discursos de terrorismo. Apesar disso, não há a (re)configuração dessa narrativa para ambiência digital.

As ferramentas utilizadas pelos ativistas para circular tais imagens estão associadas com a utilização das *affordances* disponibilizadas pelas plataformas para aumentar o público potencial. De modo geral, em decorrência da configuração das imagens para circulação transnacional, grande parte das imagens e legendas associadas estavam em inglês. No Twitter e no Instagram a ferramenta mais utilizada é a *hashtag*. Algumas comunicações associavam as palavras-chave buscadas com *hashtags* e outros termos políticos. Em outros casos, as palavras-chave de interesse foram associadas com termos relativos a assuntos mais amplos, objetivando expandir o público potencial.

Portanto, observou-se a existência de diferentes estratégias imagéticas e de comunicação em ambiência digital são utilizadas de modo a ampliar o público potencial, objetivando convencê-los a apoiar a causa palestina. Assim, os comunicadores possibilitam diferentes frentes de atuação que o espectador pode se conectar e se engajar coletivamente em uma experiência digital compartilhada. Em tal perspectiva, os agentes não apenas produzem e circulam imagens, mas também atribuem significados a elas, atuando politicamente no universo simbólico.

## Considerações finais

O presente artigo explorou a complexa relação entre a mídia, as imagens e os conflitos contemporâneos, com foco no ativismo digital palestino. Através da análise de imagens circuladas nas redes digitais, examinamos como essas repre-

sentações visuais são utilizadas como ferramentas políticas para promover a causa palestina e influenciar a percepção internacional do conflito palestino-israelense. As imagens desempenham um papel fundamental na construção de narrativas políticas e na mobilização de apoio transnacional. As plataformas digitais oferecem um espaço vital para o ativismo contemporâneo, permitindo que os ativistas alcancem públicos globais e expressem suas perspectivas de maneiras criativas e persuasivas.

Além disso, este trabalho destacou a importância das ferramentas digitais, como hashtags e legendas em inglês, na ampliação do alcance das comunicações e na construção de solidariedade internacional. As imagens não são apenas meios de documentação, mas sim formas ativas de participação política, capazes de (re)criar significados e influenciar a compreensão pública de um conflito complexo. As imagens analisadas revelaram a presença de elementos visuais recorrentes, enraizados na cultura visual palestina, que representam a luta pelo direito à autodeterminação, o retorno às terras perdidas e a resistência cotidiana.

As plataformas digitais expandiram as possibilidades de comunicação e participação, permitindo que grupos tradicionalmente subordinados se façam ouvir e se conectem com comunidades transnacionais. Através das imagens, esses ativistas buscam (re)configurar significados, desafiando as narrativas tradicionais e as hierarquias de representação presentes nas mídias convencionais. Este estudo, assim, busca contribuir para nossa compreensão das estratégias de comunicação empregadas pelos ativistas, destacando a importância das imagens na era digital como veículos poderosos para a mobilização e

a conscientização. O ativismo digital, como demonstrado, continua a desempenhar um papel significativo na luta pela autodeterminação e pelos direitos do povo palestino, enquanto aproveita as oportunidades oferecidas pelo ambiente online.

## Referências

BUDKA, P.; BRÄUCHLER, B. Introduction: anthropological perspectives on theorizing media and conflict. *In*: BUDKA, P.; BRÄUCHLER, B. (ed.). **Theorising media and conflict**. Nova York: Berghahn Books, 2020. p. 4–32.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

COLLINS, J. Global Palestine: a collision for our time. **Critique: Critical Middle Eastern Studies**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 3–18, 2007.

DURANTE, R.; ZHURAVSKAYA, E. Attack when the world is not watching? US news and the Israeli-Palestinian conflict. **Journal of Political Economy**, [S. l.], v. 126, n. 3, p. 1085–1133, 2018.

GILBERT, T. Looking at digital art: towards a visual methodology for digital sociology. **The American Sociologist**, [S. l.], v. 49, n. 4, p. 569–579, 2018.

HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

HOCHBERG, G. Z. **Visual occupations: violence and visibility in a conflict zone**. Londres: Duke University Press, 2015.

KHATIB, L. **Image politics in the Middle East: the role of the visual in political struggle**. Nova York: Bloomsbury Publishing, 2012.

MILMAN, N.; DOERR, N. Visual analysis and the study of political participation. *In*: GIUGNI, M.; GRASSO, M. (org.). **Oxford handbook of political participation research**. Oxford: Oxford University Press, 2022. p. 314–328.

PENNINGTON, R. Witnessing the 2014 Gaza war in Tumblr. **International Communication Gazette**, [S. l.], v. 82, n. 4, p. 365–383, 2020.

SIAPER, E.; HUNT, G.; LYNN, T. #GazaUnderAttack: Twitter, Palestine and diffused war. **Information, Communication & Society**, [S. l.], v. 18, n. 11, p. 1297–1319, 2015.

SODRÉ, M. O emotivo e o indicial na mídia. *In*: SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006. p. 73–124.

SONTAG, S. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. E-book.

WIEVIORKA, M. **Violence: a new approach**. [S. l.]: Sage, 2009.

WOLFSFELD, G. The role of the media in violent conflicts in the digital age: Israeli and Palestinian leaders' perceptions. **Media, War & Conflict**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 107–124, 2018.

ZEITZOFF, T. Does social media influence conflict? Evidence from the 2012 Gaza Conflict. **Journal of Conflict Resolution**, [S. l.], v. 62, n. 1, p. 29–63, 2018.



## CAPÍTULO 3

# O instagramável na lógica da economia da atenção e das plataformas<sup>1</sup>



**Resumo:** O trabalho submetido à Conexão Pós do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo aborda a dinâmica das plataformas digitais, inserida em uma economia da atenção e busca articular esse contexto ao objeto empírico Instagram e a ideia de instagramável como forma de qualificar os lugares e experiências contemporâneas. O trabalho se baseia em revisão bibliográfica e observação da mídia social Instagram.

**Palavras-chave:** Instagramável. Economia da atenção. Plataforma.

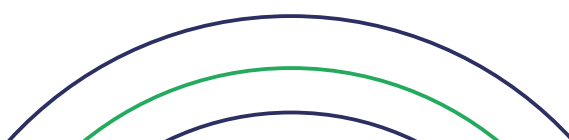
## **Introdução**

Neste texto, buscamos articular o conceito de plataforma com a atual economia da atenção, utilizando como objeto empírico a mídia social Instagram criada em 2010 — e a ideia de instagramável, que surge a partir dessa mídia social especificamente, mas ultrapassa essa ambiência e se torna uma maneira de descrever e qualificar o mundo, os lugares e as experiências.

---

1 Trabalho apresentado à Conexão Pós - Comunicação na Era das Plataformas: Aspectos Socioculturais, Tecnológicos e Políticos do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 20 a 22 de março de 2024.

2 Doutoranda do PPGCOM, ECA-USP. Linha de pesquisa 2 Processos comunicacionais: tecnologias, produção e consumos. Orientador: Prof. Wagner Souza e Silva. Docente do Centro Universitário Armando Álvares Penteado (FAAP). E-mail: ana00roberta@gmail.com; ana00roberta@usp.br.



A primeira parte do trabalho trata do conceito de plataformização, com base nas contribuições da autora José van Dijck. Na sequência, a Segunda parte situa e explica a economia da atenção a partir das reflexões do autor Tim Wu. Finalmente, a terceira parte trabalha com a ideia de instagramável, buscando entender a dinâmica da mídia social Instagram e os recursos de sua interface que buscam manter o usuário em constante e ininterrupta atividade na plataforma, a partir dos autores Adam Alter, Jaron Lanier e Nir Eyal.

O trabalho aqui apresentado é um recorte da pesquisa de doutorado que está em andamento na ECA-USP, com exame de qualificação previsto para ocorrer até abril de 2024. Esperamos que as reflexões aqui apresentadas gerem um debate que possa contribuir para o avanço desta pesquisa e do campo das Ciências da Comunicação.

## Plataformas

A autora José van Dijck desenvolve a ideia de plataformização, mostrando a dependência que todos os setores da sociedade apresentam nos dias de hoje em relação às plataformas online e empresas de tecnologia, especialmente americanas (as *big techs*), tais como: Alphabet, Amazon, Meta, Apple, Microsoft. A autora contextualiza, define e indica como esse conceito se operacionaliza, indicando mudanças e desafios enfrentados pela sociedade mundial contemporânea.

A plataformização é observada e sentida de maneira evidente no mundo e no Brasil. Conforme mostram dados do ano de 2023, a média global de usuários de internet é de 64,4%, posicionando o Brasil em segundo lugar em relação ao tempo

gasto na internet e nas mídias sociais. O usuário de mídia social acessa em média sete plataformas por mês e em relação à população global, 59,4% da população acessa mídias sociais — o equivalente a 4,76 bilhões de pessoas (We are social, 2023). A plataformização é entendida como um processo amplo e profundo de penetração de infraestruturas, processos econômicos e quadros governamentais de plataformas digitais em diferentes setores econômicos e esferas da vida, bem como a reorganização de práticas culturais e imaginações em torno destas plataformas (Van Dijck, 2019).

No artigo *Ver a floresta por suas árvores: visualizando plataformização e sua governança* (2022), van Dijck trata da operacionalização das plataformas e considera a questão geopolítica, indicando que a Europa é um ator importante e poderia contribuir para ajustar as estratégias de governança desses ambientes. Muitas vezes, as políticas das plataformas estão em desacordo com os conceitos jurídicos e econômicos de um país, causando conflitos na questão da governança. Como a plataformização pode ser compreendida como um ecossistema de informação constituído por estruturas hierárquicas interdependentes, a autora pontua a grande importância de se adotar uma abordagem holística para repensar os princípios que remodelariam o ecossistema de plataformas de acordo com o interesse da sociedade e do bem comum.

No cenário global da plataformização, possuem posição relevante Estados Unidos, China e União Europeia. No caso dos EUA, o país originou cinco empresas presentes na maior parte do mundo e que monopolizam grande parte das plataformas (AlphabetGoogle, Amazon, Meta, Apple e Microsoft); no caso da China, nota-se um ecossistema de plataformas controlado

pelo Estado e administrado por três grandes empresas (Baidu, Alibaba e Tencent); já no caso da União Europeia, a região busca se destacar ocupando um lugar no sentido de propor intervenções regulatórias olhando para o bem comum.

Van Dijck usa a metáfora de uma árvore para descrever e explicar as estruturas complexas dos atuais sistemas de informação, mostrando a natureza hierárquica e interdependente do ecossistema de plataforma. O alimento fundamental para a plataforma é o dado, que é coletado, absorvido e, dessa forma, estimula o crescimento da árvore. As raízes da árvore equivalem à infraestrutura digital, que se espalham e conectam as árvores umas às outras. Finalmente, deve-se observar que o formato da árvore de plataforma americana é diferente da europeia, segundo os setores mais ou menos proeminentes.

## **Economia da atenção**

Atualmente, no ecossistema das plataformas orientado por dados, os clientes/usuários pagam o serviço cedendo suas informações pessoais e sua valiosa atenção (sinônimo de seu tempo escasso para ser dividido entre tantas plataformas digitais). Toda a dinâmica da plataformização está profundamente ligada a uma economia da atenção com o suporte da modulação algorítmica. Neste tópico, buscaremos relacionar como a atenção humana se tornou central para o funcionamento e o sucesso das plataformas digitais. O objetivo desta parte é introduzir a ideia de economia da atenção para, a seguir, relacionar com o entendimento de instagrável.

A origem da economia da atenção foi no jornalismo impresso do século XIX, de acordo com a obra *The Attention Merchants*

(2016), de Tim Wu. O proprietário do jornal New York Sun, Benjamin Day, teria sido o primeiro mercador da atenção. Em 1830, os jornais tradicionais eram voltados à elite, focando em temas como economia e política. Benjamin Day decide experimentar um novo modelo de negócios, diminuindo muito o valor cobrado por cada exemplar do jornal New York Sun. Para compensar essa diminuição no preço de venda de cada exemplar, era necessário vender mais unidades, ou seja, competir pela atenção da multidão. Para atingir esse objetivo, o jornal passa a publicar conteúdos duvidosos, como a existência de homens-morcego na Lua, vistos a partir de um telescópio. Observando a escassez de tempo e de atenção dos consumidores, era necessário apelar para cativar o leitor, visto como produto a ser vendido aos anunciantes.

Essa lógica se intensifica com o desenvolvimento de uma indústria de informação e comunicação a partir do século XIX, passando pelos meios de comunicação de massa do século XX até as plataformas digitais atuais.

A partir de diversas abordagens, muitos autores estão tentando entender a dinâmica atual das plataformas e sua relação com as mudanças nas diversas áreas da sociedade. Em relação à atenção, Wu (2016) traz a reflexão sobre como o ser humano está gastando suas horas e, a partir disso, qual é a civilização que está sendo formada. Crary (2016) destaca que há uma diminuição das capacidades mentais e perceptivas, pois o estado de transição contínua em busca de adaptação às exigências tecnológicas não oferece tempo suficiente para nos familiarizarmos e Han (2018) argumenta que as plataformas digitais recorrem ao capitalismo da emoção, que é parte da psicopolítica neoliberal atual. O autor diferencia sentimento de emoção, explicando que enquanto o primeiro é objetivo, constatativo e de duração longa, o segundo é

subjetivo, performativo e fugaz. A psicopolítica neoliberal descrita pelo autor apela para a emoção com o intuito de influenciar o comportamento das pessoas.

Saad Corrêa (2017) reforça a complexidade do cenário midiático contemporâneo ao reforçar que

antes de tudo, é importante lembrar que a digitalização da sociedade (e dos processos de sociabilidade) e o imbricamento das suas funcionalidades e affordances em nosso cotidiano podem ser assumidos como um cenário impermanente, mutante, fluído, dinâmico e de resignificação contínua de conceitos, valores, conhecimentos, etc. Como consequência, falamos de uma ambiência social que provoca ondas de resignificação numa velocidade quase que incontrolável, criando vácuos entre o pensar-conceituar-entender-disseminar e o fazer-absorver-aplicar (Saad Corrêa, 2017, p. 29).

Para compreender o funcionamento das mídias sociais a partir dessas reflexões, é possível relacionar a busca pela emoção dos usuários por parte das plataformas, pois como a emoção é fugaz e situacional, a atenção é convocada cada vez que a emoção é mobilizada. Com isso, existe um apelo para reações rápidas e pouco reflexivas, pois o que interessa às plataformas é uma captura contínua do tempo, da atenção e dos dados do usuário, engajando-se continuamente nos conteúdos.

## **O instagramável**

No contexto da lógica de monopólio e concentração de poder nas indústrias de informação e comunicação desde o século

XIX até o XXI e levando em consideração as plataformas digitais contemporâneas, adotou-se a mídia social Instagram como objeto empírico para fazer um estudo exploratório da plataforma.

Lançada em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger e adquirida pelo Facebook (atual Meta) em 2012, a mídia social Instagram foi criada como um ambiente digital para o compartilhamento de imagens, muitas com a aplicação de filtros para mudar a cor da imagem original ou retocá-la. Desse modo, atraiu muitos fotógrafos e artistas em seu início.

Os criadores do Instagram queriam focar em uma mídia social que facilitasse o registro e o compartilhamento de fotografias e, desde o início buscavam atingir qualidade em certas funcionalidades, não apenas o crescimento do número de usuários.

E, em vez de inventar algo novo e ousado como queriam os potenciais investidores do Vale do Silício, melhoraram o que viram outros aplicativos fazer. Foram eles que criaram uma ferramenta muito mais simples e rápida de usar, ocupando menos tempo dos usuários enquanto viviam as experiências que o Instagram queria que registrassem. E os usuários teriam que fazer isso pelo celular porque não havia site do Instagram, fazendo essas experiências parecerem imediatas e íntimas para os outros (Frier, 2021, p. 52).

Entretanto, após ser comprado pelo Facebook (atual Meta), o Instagram precisou fazer adaptações para se adaptar à cultura corporativa focada no crescimento e manutenção dos usuários ativos e na coleta e uso dos dados coletados.

Além da parte teórica, o trabalho busca tirar algumas conclusões a partir da observação e análise da própria mídia social Instagram, realizando a observação, a exploração e a descrição da plataforma, considerando o uso e as informações publicadas nos perfis oficiais: @instagram, @instagramforbusiness, @creators.

As plataformas neste caso, o Instagram busca adotar recursos em sua interface para manter a atenção e estimular a atividade do usuário através de visualizações, publicações, curtidas e compartilhamentos. Com os dados coletados a partir dessas atividades do usuário, a plataforma mostra um conteúdo microsegmentado ao usuário, incentivando sua atividade e aumentando o valor de mercado da plataforma. Assim, o Instagram é um exemplo da concentração de poder em um monopólio (Meta) e faz parte da lógica da economia da atenção.

Vivemos nesse ambiente midiático simbólico, que inclui as plataformas digitais, onde estão presentes as características técnicas, simbólicas, que provocam efeitos tanto quanto as mensagens que circulam por elas. Esse entorno sensorial muda nossa percepção, nosso comportamento, nosso vocabulário e a maneira de o ser humano ver o mundo e de se comportar (Barichello; Carvalho, 2013; Scolari, 2015).

No século XX, a manipulação dos meios de comunicação de massa envolvia a produção e distribuição de discursos pelos donos das infraestruturas comunicacionais. Já no caso da modulação, as plataformas não produzem discurso nem narrativa, pois o conteúdo é criado e publicado pelo usuário. A plataforma organiza o que é postado e controla o fluxo de acesso aos conteúdos (o que é mostrado para cada usuário). Esse processo é chamado de modulação.

Para modular é necessário reduzir o campo de visão dos indivíduos ou segmentos que serão modulados. É preciso oferecer algumas alternativas para se ver. A modulação encurta a realidade e a multiplicidade de discursos e serve assim ao marketing. Os sistemas algoritmos filtram e classificam as palavras-chaves das mensagens, detectam sentimentos, buscam afetar decisivamente os perfis e, por isso, organizam a visualização nos seus espaços para que seus usuários se sintam bem, confortáveis e acessíveis aos anúncios (Silveira, 2018, p. 38).

Diversos autores tratam da experiência do usuário nas mídias sociais digitais e como mantê-lo interagindo constantemente através de recursos na interface que estimulem o uso repetitivo (viciante) da mídia social. Três autores trazem contribuições relevantes para essa discussão.

Inicialmente, Alter (2018) explica o que constitui o vício comportamental associado à tecnologia: metas, *feedback*, progresso, escalada, *cliffhangers* e interação social. Diferente do vício em substâncias, o vício comportamental é mais difundido e com consequências mais amplas, pois está relacionado ao uso das tecnologias, que são aceitas e estão inseridas em nossas vidas. Observa-se que na interface da plataforma o botão de curtida do Instagram é um exemplo do *feedback*. A recompensa inesperada libera mais dopamina do que quando é previsível. O incentivo para a interação social também fica evidente: uma foto ou comentário publicado busca a validação social através da interação dos demais usuários. Quanto maior o número de seguidores, maior a conquista e o status social do usuário ou influenciador.

O segundo autor, Eyal (2020), defende que a combinação de internet, dados e velocidade é estimular os novos hábitos de

modo automático nos usuários. O ponto central para o sucesso é criar algo que se mostre mais fácil agir do que pensar. O autor explica o funcionamento do mecanismo de *feedback* (recompensa) no cérebro, destacando que o aspecto variável estimula a repetição nos consumidores. A interface do Instagram adota a barra de rolagem infinita (*scroll* infinito), que ilustra essa atitude repetitiva (criação de um hábito) em busca de uma recompensa (atualização da página: *feed*), que é variável (a expectativa de ver algo interessante é prazerosa, porém existe uma incerteza a respeito do que aparecerá. Quando aparece o conteúdo, atualiza-se a página novamente em busca do prazer gerado pela incerteza recompensa variável).

A terceira referência é Lanier (2018), que denomina as redes sociais de impérios de modificação comportamental, uma vez que funcionam baseadas no sistema de recompensa e punição da mente humana. Os estímulos negativos provocam reações mais rápidas e intensas, então são mais favoráveis para a plataforma garantir a reação dos usuários. Desse modo, minam a verdade, a empatia, manipulando a democracia, a política e a percepção sobre a realidade. Um exemplo no Instagram seriam os fenômenos de cancelamento (estímulo negativo gera mais engajamento) ou circulação de desinformação (gera crise na democracia e na percepção sobre a realidade).

A partir disso, pode-se questionar se as publicações e páginas com mais visualizações e seguidores trazem uma forma diversificada e abrangente de ver o mundo ou se fazem mais sucesso e têm mais visibilidade os conteúdos que seguem determinados formatos (tema, enquadramento, abordagem). Instagramável, nesse sentido, passou a ser uma forma de caracterizar uma publicação na mídia social Instagram, mas foi além disso,

funcionando como um adjetivo para identificar um lugar que merece ser fotografado e ter a imagem compartilhada.

A professora e pesquisadora da ECA/USP, Daniela Osvald Ramos (2017), destaca que para um indivíduo ou organização ganhar influência nas mídias sociais é necessário gerar visibilidade e interação.

Dessa forma, administrar a visibilidade das organizações requer compreender a evolução dos meios de comunicação e as inúmeras possibilidades de atuação nas diferentes fases da Web. As organizações sempre puderam tornar suas ações visíveis por meios tradicionais de comunicação. Podemos dizer que a visibilidade era programada e planejada para um público de massa. Com a gama de possibilidades que a internet trouxe, principalmente por meio da Web 2.0, a visibilidade ganha outra dimensão, proporcionando interação que, quando bem-feita, gera ainda mais visibilidade (Ramos, 2017, p. 72).

Além disso, entender o meio e as inovações tecnológicas ali presentes nos ajuda a compreender como alteram nossa maneira de viver, nossas percepções e julgamento sobre o mundo. A tecnologia, o modo de o ser humano se comunicar e a forma de compreender a realidade estão interligados (Braga; Levinson; Strate, 2019, p. 45).

## **Considerações finais**

O texto aqui apresentado buscou desenhar o contexto atual que envolve a plataformização — uma dependência de todos

os setores da sociedade das principais empresas de tecnologia, as *big techs*. A dinâmica das plataformas se relaciona com a economia da atenção, que é a disputa das diversas plataformas e serviços pela atenção cada vez mais fragmentada do usuário. Para manter o usuário em determinada plataforma, são usados recursos em sua interface que estimulam o usuário a se manter conectado àquele ambiente, consumindo conteúdo e produzindo dados e informações a partir de seu engajamento (visualizações, comentários, compartilhamentos etc.).

Nesse cenário, especificamente a partir da mídia social Instagram (criada em 2010), surge a ideia de instagramável como forma de adjetivar um local ou uma pessoa que merece ser fotografada e compartilhada no Instagram. Essa maneira de qualificar o mundo ultrapassou a mídia social Instagram e se tornou parte do vocabulário e da ambiência contemporânea que envolve as plataformas de mídias sociais, entre outras.

Questionamos neste trabalho se o maior acesso às plataformas e ferramentas digitais para criar imagem e conteúdo geram uma diversidade maior de percepções e pontos de vista ou se, ao contrário, em busca de curtidas e compartilhamentos, os usuários criam conteúdos padronizados, que seguem as instruções dos perfis oficiais da plataforma, reproduzindo conteúdos similares aos já existentes.

## Referências

ALTER, A. **Irresistível**: por que você é viciado em tecnologia e como lidar com ela. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

BARICHELLO, E. M. da R.; CARVALHO, L. M. Entendendo as mídias sociais digitais a partir da ideia mcluhaniana de medium-ambiência. **MATRIZES**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 235–246, 2013. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/56656>. Acesso em: 4 jul. 2022.

BRAGA, A.; LEVINSON, P.; STRATE, L. **Introdução à ecologia das mídias**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2019.

CRARY, J. **24/7: capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Ubu Editora, 2016.

EYAL, N. **Hooked (Engajado): como construir produtos e serviços formadores de hábitos**. [S. l.]: AlfaCon, 2020.

FRIER, S. **Sem filtro: os bastidores do Instagram: como uma startup revolucionou nosso estilo de vida**. São Paulo: Planeta, 2021.

HAN, B.-C. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Âyiné, 2018.

LANIER, J. **Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

PLATAFORMIZAÇÃO e midiatização. Participantes: Elizabeth Saad, Adriana Braga e Nelia Del Bianco. São Paulo: Grupo ConJor, 24 set. 2021. 1 vídeo (90 min). Publicado pelo canal ConJor. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_tmPn9741Ec](https://www.youtube.com/watch?v=_tmPn9741Ec). Acesso em: 24 set. 2021.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Platformisation. **Internet Policy Review**, Berlim, v. 8, n. 4, p. 1–13, 2019. DOI: 10.14763/2019.4.1425.

RAMOS, D. O. O algoritmo influenciador. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 17, p. 70–85, 2017. Edição especial.

SAAD CORRÊA, E. Precisamos refletir sobre influência na sociedade digitalizada. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 17, p. 28–35, 2017. Edição especial.

SCOLARI, C. **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015.

SILVEIRA, S. A. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. *In*: SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. (org.). **A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais**. São Paulo: Hedra, 2018. p. 31–46.

VAN DIJCK, J. Ver a floresta por suas árvores: visualizando plataformização e sua governança. **MATRIZES**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 21–44, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/201591>. Acesso em: 8 jan. 2024.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The platform society: public values in a connective world**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

WE ARE SOCIAL. **Digital 2023: global overview report**. [S. l.]: We Are Social, 2023. Disponível em: <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2024.

WU, T. **The attention merchants: the epic struggle to get inside our heads**. New York: Vintage, 2016.



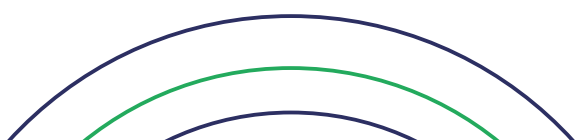
## CAPÍTULO 4

# Construção do mundo social na Roblox: infâncias e identidades inseridas nas mutações tecnológicas e culturais<sup>1</sup>



**Resumo:** O trabalho aborda a construção social da infância, mediado pela comunicação e tecnologia em aplicativos (*apps*). Traz uma pesquisa bibliográfica exploratória para levantar as possibilidades teóricas da comunicação e consumo em *apps* infantis na plataforma Roblox. Os resultados indicam a metodologia de etnografia e condução de um teste de usabilidade com crianças para a análise das interações nesses *apps*, na intenção de verificar operações interacionais, lógicas de consumo e suas consequências à formação dos imaginários infantis a partir destas mediações.

**Palavras-chave:** Interações digitais. Roblox. Infâncias. Construção social. Etnografia.

- 
- 1 Trabalho apresentado no *Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro* do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.
  - 2 Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo – PPGCOM ECA/USP sob a orientação do Prof. Dr. Eneus Trindade. Área: Ciências da Comunicação / Linha de Pesquisa 2 – Processos Comunicacionais: Tecnologias, Produção e Consumos. Mestrado em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – USP (2021). Bolsista nível doutorado (CAPES) – Brasil. Pesquisadora do GESC3 – Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo. E-mail: meira.karla@usp.br
  - 3 O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001. This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance code 001.
- 

## Introdução

O texto aborda a construção social da infância na plataforma Roblox, destacando a importância da tecnologia e da cultura contemporânea nesse processo. São discutidos temas como a influência dos *apps* de uso infantil, a metodologia de etnografia e teste de usabilidade, a interação entre fatores sociais e tecnológicos na vida das crianças, e a agência dos artefatos tecnológicos na produção da construção social. O foco são as questões de construção de subjetividade e identidade nas crianças, ambas mediadas pelas tecnologias digitais. A pesquisa busca compreender as interações digitais, a formação dos imaginários infantis e as consequências das mediações tecnológicas na infância, contribuindo para a reflexão sobre a construção social das identidades infantis por meio da plataforma Roblox.

Conforme Eliseo Verón (2014), a midiatização interfere no processo de construção social da realidade na sociedade contemporânea de diversas maneiras, influenciando, assim, a forma como as pessoas percebem, interpretam e interagem com o mundo ao seu redor. Entre esses *modus operandi*, o autor inclui a *Mediação da Realidade*, em que os meios de comunicação desempenham um papel central na mediação da realidade, filtrando e selecionando informações que são apresentadas ao público. Isso pode moldar a percepção coletiva da realidade como também influenciar as opiniões, atitudes e comportamentos dos indivíduos; também a *Construção de Narrativas*, na qual a midiatização contribui para moldar a compreensão coletiva dos eventos e questões sociais. Assim, as histórias contadas pelos meios de comunicação podem influenciar a forma como as pessoas aprendem, interpretam a realidade e constroem suas identidades

e valores. Outro ponto a observar, na visão de Verón (2014), concerne à *Visibilidade e Invisibilidade*, no qual a midiaticização aumenta a visibilidade de certos temas, questões e grupos sociais, enquanto marginaliza ou silencia outros, invisibilizando-os. Logo, pode impactar a representatividade e a diversidade na sociedade, influenciando quem e o que é considerado importante, relevante ou legítimo.

Nossa pesquisa se detém em questões relacionadas às crianças e usos de *apps*, ligando-os ao contexto cultural, midiático e, sobretudo, tecnológico, nos quais os *apps* digitais atuam como elementos inseridos em um sistema social, suportando também funções sociais e razões de ser. A intenção é contribuir com a produção científica no campo da comunicação e da publicidade, e para tanto, na interpretação dos resultados será adotada a teoria das Mediações de Jesús Martín-Barbero, na intenção de aprofundar a reflexão da mediação comunicacional dos algoritmos (Trindade; Perez, 2021), na cultura de consumo material a partir da infância, observando *apps* dirigidos às crianças na plataforma Roblox, discutindo suas funcionalidades, suas lógicas midiaticizadoras, e também contemplando a análise das interações marcas e consumidores infantis em contextos digitais (Trindade, 2019).

Temos percebido que a tecnologia impacta as relações sociais, e da mesma forma as relações sociais também afetam nas tecnologias pelos seus usos. O design de *app* pode revelar estruturas sociais vigentes, e em adição de ser artefato tecnológico, pode acelerar mudanças de posturas e comportamentos da sociedade usuária. Assim, aceitamos que os artefatos tecnológicos têm se colocado em posição de simetria nas relações sociais contemporâneas. Portanto, não apenas os indivíduos, mas também os dispositivos sociotécnicos possuem agência (Latour, 2005)

na produção da construção social. Muito embora esses objetos não possuam propriamente vontades, produzem efeitos sobre uma rede que está para além das coisas. Esse ator age sobre esta rede mesmo sem ter intenção propriamente, logo, interferindo diretamente na dinâmica social.

Pre vemos ao final uma pesquisa empírica por meio da metodologia da etnografia, realizando além da observação etnográfica, a condução da aplicação de teste de usabilidade dos *apps* com as crianças, empreendendo abordagens exploratórias para detectar tópicos menos compreensíveis para circunscrever, descrever e interpretar (Ribeiro, 2003), focando na produção de uma melhor teoria. E, de acordo com Perez (2023), temos desafios teóricos e metodológicos para o estudo do consumo, em que ocorre

[...] a necessidade de desenvolvimento de novas metodologias de pesquisa que consigam captar as novas lógicas de conexão e produção de significados, que acontecem nas dinâmicas assimétricas mais amalgamadas e em crescimento, nas esferas físicas e digitais, o que caracteriza o consumo contemporâneo (Perez, 2023, p. 281).

À vista disso, pretendemos realizar uma pesquisa de investigação de consumo que contemple a ida ao campo por meio de encontros nas casas de receptores-consumidores infantis, e que obtenha dados concretos para a análise desta construção social mediada pelos dispositivos sociotécnicos e seus *apps*, apresentando operações interacionais, lógicas de consumo e de formação aos imaginários infantis a partir destas mediações.

## Construção social de identidades nas infâncias: desafios metodológicos

As transformações nas posições das crianças na sociedade contemporânea, suas formas de interação social e suas práticas culturais têm implicações profundas na maneira como aprendem e realizam a construção social do mundo em que estão inseridas. Essas mudanças são cada vez mais influenciadas pelo uso de dispositivos móveis, que estão redefinindo metodologias e espaços de aprendizagem. É importante ressaltar que este trabalho não aborda a temática de construção social a partir das dinâmicas de *construção de mundos*, a forma que engendra o funcionamento da plataforma Roblox, mas sobretudo, pelas dinâmicas de subjetivação no desenvolvimentos das identidades dos consumidores usuários infantis, a partir de suas interações com os conteúdos marcários presentes nos *apps*.

A pesquisa de Fantin (2016) nos convida a explorar essas dinâmicas complexas e desafiadoras no mundo em rápida evolução das crianças e da tecnologia. A autora reflete sobre o lugar das crianças na contemporaneidade, salientando ser importante enfatizar a participação das crianças muito além da retórica fácil, o que envolve assumir certos desafios, por exemplo, entender a criança por meio de suas próprias percepções de ações no mundo social e cultural. Então, destaca a necessidade de certos procedimentos metodológicos e a multiplicidade de linguagens nas quais elas se comunicam, incluindo as artísticas, corporais.

O mundo social se configura como a dimensão com e sobre a qual vivemos, ou o mundo social empírico. Sendo a cultura material uma parte importante do “mundo social [que] é intersubjetivo [...] existia antes de nós nascermos como indi-

víduos e vai perdurar depois de nós” (Couldry; Hepp, 2020, p. 33). Compartilhado com os outros homens além do próprio indivíduo, permitindo que cada um possa ter a sua perspectiva própria do *mundo*. O indivíduo só se torna membro da sociedade depois de ter realizado a interiorização pela compreensão dos seus semelhantes e apreensão de como a realidade social é dotada de sentido.

Nessa perspectiva, o indivíduo assume o mundo no qual outros já vivem, e assim esse mundo se torna dele próprio. Esse complexo processo de socialização é vital na infância, assim, a ontogenia da socialização tem papel primordial na formação da identidade de um indivíduo (Berger; Luckmann, 2014). Do mesmo modo, as influências culturais na formação da personalidade têm um papel importante na socialização, e podem vir de várias fontes, como família, escola, igreja, colegas, mídia e sociedade em geral. Cada cultura tem um conjunto próprio e único de valores, normas, crenças e conceitos, transmitidos às crianças de diversas formas, desempenhando um papel integral no processo de socialização. Com efeito, “a socialização primária é a primeira socialização que o indivíduo experimenta na infância, e em virtude da qual torna-se membro da sociedade” (Berger; Luckmann, 2014, p. 169).

Em complemento, temos a visão da fenomenologia materialista, que entende que o mundo social é produzido pelos próprios humanos, a partir das suas interações com outros humanos. Assim, o social é material, não sendo o estrato onde eles estão inseridos, mas a própria interação, e é alicerçado na prática cotidiana. Portanto, o mundo social é a esfera intersubjetiva das relações sociais que nós, como seres humanos, experienciamos, em que as ordens mais amplas, tais como a globalização [e ou-

tros fenômenos], impactam violentamente no nosso sentido de pertencimento a um mundo social. Logo, no contemporâneo o mundo social não pode mais ser analisado considerando-se apenas a interação face a face, uma vez que este mundo social nos é apresentado, sobretudo, pelas mídias (Couldry; Hepp, 2020).

Na atualidade temos o fenômeno da *mediação de tudo* (Livingstone, 2009), e também uma rede de interconexões com grande quantidade de níveis e escalas (Couldry; Hepp, 2020). Assim a construção social da infância na era digital envolve a interação com uma variedade de atores sociais, incluindo os pares, pais e profissionais da mídia (Livingstone, 2006; 2017). A internet se configura em um espaço social complexo, em que as crianças constroem sua identidade online através da interação com outros usuários e da negociação das normas sociais (Boyd, 2014).

Para Horst (2009), os jogos, o aprendizado, a participação e a identidade estão interligados nas brincadeiras diárias das crianças. Do mesmo modo, Mizuko Ito e Matteo Bittanti (2009) postulam que nos ambientes digitais eletrônicos existe a questão da exclusão de certas formas de jogos, e existe diferença de gênero em relação à participação em formas de jogos. Em que as meninas tendem a se envolver em formas menos técnicas de *modding* e personalização, que são práticas em que ocorre a alteração de um jogo para que ele funcione de maneira distinta do seu estado original. Isso pode variar desde pequenas mudanças até a criação de novos jogos usando o conteúdo original como base. Por outro lado, os meninos costumam se dedicar mais a jogos recreativos e de mobilidade. Os autores sugerem que os resultados de aprendizado mais benéficos dos jogos ocorrem quando existe uma ecologia social saudável de participação, incluindo os pais, os irmãos e os colegas. Logo, jogos, aprendiza-

do, participação e identidade estão interligados nas brincadeiras diárias das crianças.

Livingstone (2011) sugere que a Internet oferece oportunidades para crianças e jovens explorarem suas identidades, considerando-se que têm sido especialmente impactados pela globalização, comercialização e individualização, fenômenos da Modernidade Tardia (Giddens, 1991). Assim, na atualidade espera-se um comportamento de “maneira individualizada” por parte das crianças. A ambiência digital proporciona que as crianças decidam e façam suas próprias escolhas, o que é descrito como sendo um tipo de *biografização* do curso de vida.

Então, por meio de suas ações diárias, muitas vezes invisíveis aos olhos dos adultos, as crianças constroem seus mundos sociais como lugares reais, onde são gerados significados reais (em vez de fantasia ou imitação) e, assim, contribuem para estruturas sociais que têm consequências tanto para as crianças quanto para os adultos. Na visão da autora, a Internet pode ser vista como um espaço no qual as crianças podem construir e explorar suas identidades de maneiras novas e também inovadoras. Neste mesmo sentido, também Berger e Luckmann (2014) postulam que para entender os significados do mundo simbólico seria necessário compreender também a história desta produção, pois que “O universo simbólico oferece a ordem para apreensão subjetiva da experiência biográfica” (Berger; Luckmann, 2014, p. 129). Desse modo, as diferentes experiências vão sendo integradas a um mesmo universo de significação.

À vista deste contexto, como devemos então moldar as metodologias nos estudos sobre a infância? Sonia Livingstone (2011) sugere uma abordagem que seja centrada na criança, de forma a explorar o impacto da Internet na vida na infância, e

argumenta que a pesquisa não deve se concentrar apenas nas atividades exatamente, mas, em vez disso, é necessária uma análise dupla que englobe o social e o tecnológico, no nível das práticas individuais e institucionais. Assim, os pesquisadores devem considerar não apenas as capacidades e habilidades das crianças, mas também os contextos tecnológicos e sociais nos quais elas usam a Internet.

Portanto, para atualizar as metodologias nos estudos sobre a infância, os pesquisadores necessitam adotar uma abordagem mais holística, que considere a complexa interação entre fatores sociais e tecnológicos na vida das crianças. Além disso, devem usar uma série de métodos qualitativos e quantitativos para captar a diversidade das experiências e perspectivas das crianças, incluindo observação etnográfica, entrevistas, pesquisas e grupos de foco (Livingstone, 2011).

Por fim, entendemos que a compreensão do mundo social é moldada por interações humanas, com impacto global na sensação de pertencimento a esse mundo em constante mudança. De modo que a reflexão sobre a construção social de identidades na infância e os desafios metodológicos associados a essa pesquisa nos levam a buscar compreender melhor o papel das crianças na sociedade contemporânea. Inferimos que na medida em que as crianças ocupam novos espaços e interagem de maneiras diferentes, suas práticas culturais e modos de aprendizagem são moldados pelas tecnologias digitais, especialmente os dispositivos móveis, sobretudo com os *apps*, que se constituem em objeto empírico de nossa pesquisa englobando mídia na infância.

## **Futuras direções da metodologia de pesquisa**

Partindo de uma visão geral das atuais tendências de pesquisa no consumo, observamos a demanda por promover a elaboração de novas abordagens de pesquisa capazes de compreender as emergentes formas de interconexão e geração de significados, presentes nas crescentes e assimétricas dinâmicas que permeiam tanto o mundo físico quanto o digital, sendo, sobretudo, um reflexo da natureza do consumo contemporâneo, conforme Clotilde Perez (2023). Tratando dos desafios metodológicos no estudo do consumo, a autora aponta que

As entrevistas em profundidade, os grupos de discussão e, mais tardiamente, a etnografia, se instalaram como caminhos rentáveis para o entendimento do consumo e do consumidor. Essas metodologias trouxeram o alargamento da compreensão sobre as motivações para o consumo, alguns parâmetros de escolha e a certeza da necessidade de compreender os movimentos, os valores sociais que fundamentam hábitos, atitudes e comportamentos gerais, inclusive de consumo (Perez, 2023, p. 281).

Outrossim, a maioria das investigações etnográficas está mais preocupada com teorias baseadas em dados de campo, e, portanto, são consideradas como abordagens exploratórias, usadas para desenvolver hipóteses, e mais em geral, para detectar tópicos menos compreensíveis para circunscrever, descrever e interpretar (Ribeiro, 2003). Assim, a pesquisa etnográfica pode ser classificada como exploratória ou descritiva, focada na produção de uma melhor teoria. E também pode ser de cunho

explanatório, entretanto, o mais comum é construir um modelo que inclui informação na exploratória e que tenha o complemento com a investigação explanatória (Jonhson, 2000).

É importante desnaturalizar certos tipos de investigação e, ao fazê-lo, a questão metodológica da pesquisa com crianças torna-se um problema de pesquisa à parte. Assim, em determinados cenários da investigação sobre a relação entre crianças e tecnologias, observou-se que algumas delas enfrentam consideráveis desafios no que diz respeito ao uso de dispositivos móveis e certos métodos de navegação na internet (Fantin, 2016). Conforme a autora, um dos principais desafios nos estudos envolvendo crianças seria a necessidade de considerar as disparidades individuais e situacionais, reconhecendo que todas as crianças não possuem igualdade de acesso ou competência no manuseio das tecnologias digitais. De modo que essas mediações precisam estar contempladas nas intenções metodológicas dentro deste tipo de investigação.

As mudanças nos lugares que as crianças ocupam na sociedade contemporânea, suas formas de socialização e suas práticas lúdicas e culturais contribuem para a construção de novos modos de aprendizagem, cada vez mais mediados pelo uso de dispositivos móveis que desencadeiam a emergência de novas metodologias e espaços de formação (Fantin, 2016, p. 66).

Enfatizamos neste trabalho, nesta primeira fase de nosso estudo com crianças a importância de pesquisas que visem compreender a construção social das infâncias mediadas pela tecnologia e cultura contemporânea. Destacamos a necessida-

de de se apreender o papel dos *apps* de uso infantil nesse processo de socialização e formação de identidade das crianças, o que tem reforçado o nosso ponto de vista sobre a relevância da metodologia de etnografia para a análise das interações e suas consequências para a formação dos imaginários infantis, nos indicando possíveis desdobramentos da pesquisa empírica de caráter etnográfico.

Em complemento, objetivamos conduzir também um teste de usabilidade durante o estudo etnográfico, e nos guiaremos na modelagem deste teste a partir dos resultados obtidos na revisão sistemática de trabalhos científicos em periódicos internacionais contidos nas bases de dados IEEE, ACM Digital Library e Scopus, abordando testes de usabilidade existentes para avaliar *apps* usados por crianças. Na qual obtivemos 200 trabalhos extraídos e identificados nas buscas, e ao final, 31 trabalhos foram selecionados e aceitos, de acordo com critérios que julgamos adequados ao estudo com as infâncias.

Destacamos os principais resultados obtidos, em que identificamos alguns pontos importantes nos artigos selecionados tais como os abordados por Zaini *et al.* (2021), que define o Inventário de Medição de Usabilidade de Software<sup>4</sup> (SUMI) que é usado para avaliar o *app* de uso infantil BVS. Esse trabalho cumpriu com sucesso todos os cinco fatores no modelo SUMI que são *eficiência, afeto, utilidade, controlabilidade e capacidade de aprendizagem*. Neste método, a média total representa o valor que é relacionado ao padrão do valor médio em testes de usabilidade, considerando o maior o valor médio do respondente de dados.

---

4 Sigla no original, em inglês, *SUMI - Software Usability Measurement Inventory*.

Levando em conta esta constatação anterior, conduziremos o desenho da pesquisa de observação etnográfica com crianças<sup>5</sup>, lançando mão de incluímos as diretrizes do teste de usabilidade do modelo SUMI, objetivando conhecer o uso de alguns *apps* encontrados nos lares das crianças pesquisadas. Consideramos que estes dados poderão ser mensurados de forma quantitativa, e complementados de forma qualitativa pela aplicação de entrevistas em profundidade com as crianças e seus pais e/ou responsáveis.

Outro destaque interessante que obtivemos nessa fase de levantamento para testes de usabilidade com crianças foi a possibilidade de conduzir a avaliação focada em três aspectos principais: *i) Conteúdo — interatividade, cores e integração de elementos de mídia; ii) navegação; e iii) design*. O resultado pode revelar que um *app* seja utilizável, fácil de aprender, e que se trata de um material didático atraente e de suporte (Ahmad; Rosmani; Mazlan, 2013).

Também obtivemos um achado prático de autoria de Alsaaran *et al.* (2021), no qual é apresentada uma Escala de Usabilidade do Sistema<sup>6</sup> que fornece uma medida padrão para a usabilidade, a qual pode inspirar o questionário. Esta escala possui 10 questões sobre uso e manuseio dos *apps* com crianças. Salientamos que os resultados preliminares que levantamos

---

5 O projeto de pesquisa de observação etnográfica e teste de usabilidade de *app* (SUMI) será submetido à aprovação pelo conselho de ética para pesquisas, via Plataforma Brasil, seguindo trâmites legais determinados para as pesquisas envolvendo crianças. Também conformaremos a observação e tratamento dos dados pesquisados de acordo com o manifesto da RECRIA – Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências (BRASIL) pelo respeito às crianças e adolescentes na mídia e na pesquisa em comunicação. Disponível em: <https://rederecria.com.br/nosso-manifesto/>. Acesso em: 21 set. 2023.

6 Em inglês, *System Usability Scale* (SUS).

até esta etapa da pesquisa demonstram que há grande aporte teórico e prático relacionado aos testes de usabilidade em *apps* e softwares dentro do espectro de *apps* desenhados para crianças, assim, esta revisão sistemática propiciou observar vários ângulos sob os quais é importante refletir para se produzir um teste de usabilidade em *app* de uso infantil. Com efeito, todo aporte teórico e prático levantado neste trabalho de pesquisa não esgota a temática, mas traz um vislumbre de um leque de possibilidades para estudos futuros.

## Considerações

Reconhecemos que os aspectos aqui abordados em relação à construção social que ocorre em *apps* voltados às crianças não abrangem a amplitude de desafios impostos às pesquisas com este tipo de público. E, sobretudo, não conseguimos até esta etapa da nossa pesquisa de doutorado, dar conta da totalidade dos gradientes envolvidos no recorte que fizemos na plataforma Roblox. Todavia, salientamos que este trabalho buscou, sobretudo, nortear o desenho inicial da pesquisa exploratória com crianças usuárias de *apps* nesta plataforma, na intenção de ouvir as próprias crianças usuárias, cientes das dificuldades, conforme apontado. Assim, destacamos a importância deste tipo de pesquisa para o campo da comunicação e da publicidade, enfatizando a necessidade desta contribuição para a compreensão da construção social da infância no contexto tecnológico e cultural contemporâneo dos *apps* infantis, sobretudo na plataforma escolhida, uma das líderes desse segmento.

Consideramos a necessidade de entender o papel dos *apps* de uso infantil nesse processo de socialização e formação de

identidade das crianças, reforçando a relevância da metodologia de etnografia para a análise das interações e suas consequências para a formação dos imaginários infantis, que poderão indicar possíveis desdobramentos da pesquisa empírica realizada por meio da observação etnográfica. Por fim, tencionamos que a partir das análises do material coletado em campo, a Teoria das Mediações, de Jesús Martín-Barbero (2001; 2018), possa guiar nossa abordagem da mediação comunicacional dos algoritmos na cultura de consumo material infantil, pela observação do uso dos *apps* dirigidos às crianças, discutindo e problematizando suas funcionalidades e lógicas midiáticas, ressaltando que a pesquisa tem como foco a influência das tecnologias digitais na formação das subjetividades e identidades das crianças. Tencionamos investigar de que forma as interações digitais influenciam a construção dos imaginários infantis e quais são as repercussões dessas mediações tecnológicas nas infâncias. Ao realizar essa análise na plataforma Roblox, uma das maiores agregadoras de público infantil do brincar contemporâneo, o estudo buscará examinar como as tecnologias digitais afetam essa formação das identidades nas infâncias no contexto atual.

## Referências

AHMAD, S. Z.; ROSMANI, A. F.; MAZLAN, U. H. iMLc: An evaluation of multimedia applications of a mathematical learning courseware for pre-school students. *In: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM ENGINEERING AND TECHNOLOGY*, 3., 2013, [S. l.]. *Anais [...]*. [S. l.]: IEEE, 2013. p. 6–9.

ALSAARAN, H. *et al.* Draw with Me: learning drawing by digital tracing and automatic tracing evaluation. *In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND*

COMPUTER SCIENCE TECHNOLOGY, 2021, [S. l.]. **Anais [...]**. [S. l.]: IEEE, 2021. p. 90–95.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 36. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

COULDRY, N.; HEPP, A. **A construção mediada da realidade**. Tradução de Luzia Araújo. São Leopoldo: Unisinos, 2020.

FANTIN, M. Crianças, dispositivos móveis e aprendizagens formais e informais. **ETD – Educação Temática Digital**, Campinas, v. 20, n. 1, p. 66–80, 2018.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

JONHSON, J. C. Research design and research strategies. *In*: BERNARD, H. Russell (ed.). **Handbook of methods in cultural anthropology**. [S. l.]: Altamira Press, 2000. p. 131–171.

LATOUR, B. **Reassembling the social: an introduction to Actor-Network Theory**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

LIVINGSTONE, S. Internet, children and youth. *In*: CONSALVO, M.; ESS, C. (ed.). **The handbook of internet studies**. Oxford: Blackwell, 2011. p. 3480368.

LIVINGSTONE, S. On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. **Journal of Communication**, [S. l.], v. 59, n. 1, p. 1018, mar. 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: 3 introduções. **MATRIZES**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 9–31, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/145681>. Acesso em: 6 jun. 2021.

PEREZ, C. Os desafios epistemológicos, teóricos e metodológicos das pesquisas em Publicidade e Consumo. *In*: PEREZ, C. *et al.* (org.). **Comunicação na agenda do século XXI**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes/Estação das Letras e Cores, 2023.

RIBEIRO, J. S. **Métodos e técnicas de investigação em antropologia**. Lisboa: Universidade Aberta, 2003.

TRINDADE, E. Algorithms and advertising in consumption mediations: a semio-pragmatic perspective. *In*: MEISELWITZ, G. (org.). **Social Computing and Social Media: communication and social communities**. Orlando: Springer, 2019. p. 514–526.

TRINDADE, E.; PEREZ, C. Das mediações comunicacionais à mediação comunicacional numérica no consumo: uma tendência de pesquisa. *In*: TRINDADE, E. (org.). **Comunicação e mediações: novas perspectivas**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, 2021. v. 1, p. 85–98.

VERÓN, E. Teoria da midiaticização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13–19, 2014. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/82928>. Acesso em: 24 jun. 2024.

ZAINI, H. *et al.* Evaluation of a child immunization schedule application using the Software Usability Measurement Inventory (SUMI) model. *In*: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM ENGINEERING AND TECHNOLOGY, 11., 2021, [S. l.]. **Anais [...]**. [S. l.]: IEEE, 2021. p. 281–285.



## CAPÍTULO 5

# Do ostracismo ao tribunal da internet: origens, paralelos históricos e transmutações da Cultura do Cancelamento<sup>1</sup>



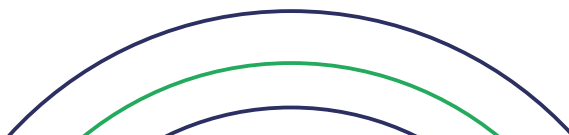
**Resumo:** O presente artigo foi elaborado a partir de um recorte específico da dissertação de mestrado *Da veneração ao repúdio: como a cultura do cancelamento transformou a imagem pública de J. K. Rowling nas comunidades digitais de fãs no Brasil*, considerando o processo de cancelamento que Rowling está inserida desde 2019, após uma sequência de falas preconceituosas. Posto isso, a primeira parte do trabalho se dedica a fazer um resgate histórico de práticas, termos e comportamentos que estabelecem um diálogo com a cultura do cancelamento da vivência contemporânea, tendo em consideração as características específicas de cada período e acontecimento, ressaltando semelhanças e discrepâncias, com o estabelecimento de uma trajetória lógica, de acordo com os fatos referenciados. Assim, este artigo tem como foco apresentar o delineamento histórico desenvolvido, objetivando compreender quais procedimentos e condutas precederam e influenciaram a origem do cancelamento, enquanto fenômeno cultural digital, para que seja possível ampliar o entendimento sobre as suas particularidades e impactos em potencial.

**Palavras-chave:** Cultura do cancelamento. Digital. Redes sociais. Resgate histórico. Tribunal da internet.

---

1 Trabalho apresentado no Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.

2 Doutoranda e Mestra pelo Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM – ECA-USP). Membro do Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (GESCS). E-mail: jacquelineausier@usp.br.



## Introdução

A cultura do cancelamento, enquanto fenômeno social da contemporaneidade, tem suas origens atribuídas ao movimento *#MeToo* que, na ocasião, manifestava-se contra as práticas de assédio sexual em Hollywood, em meados de 2017. Por intermédio das redes digitais, pessoas do mundo inteiro expressaram seu descontentamento com os atos que se desenrolavam nos bastidores *hollywoodianos*, levados a público por celebridades vítimas de abusos.

Entretanto, para Wolf (2020), o contexto vigente é uma mutação de um tensionamento existente há décadas, mais especificamente desde 1987, quando a disciplina intitulada *Western Culture*, da Universidade de Stanford, foi alvo de críticas e protestos por apresentar uma relação de leituras obrigatórias e clássicas, contendo obras de Platão e Shakespeare, por exemplo. Segundo os arguidores da disciplina, a lista era responsável por disseminar “uma visão eurocêntrica, predominantemente branca e masculina, associada não apenas à falta de diversidade, mas também aos horrores das práticas colonialistas, escravistas e imperialistas do passado ocidental” (Wolf 2020, p. 21). Apesar de o autor reconhecer os objetivos inclusivos do grupo manifestante, ele ressalta que esse comportamento fomentou novas modalidades de controle político, justamente por meio das instituições que deveriam representar a liberdade de pensamento e debate, como a Universidade.

O paralelo traçado por Wolf (2020), entre os ocorridos envolvendo a disciplina *Western Culture* e a cultura do cancelamento enquanto prática da atualidade, demonstra como manifestações associadas ao mundo contemporâneo podem, muitas vezes,

possuir raízes históricas correlacionadas a outros momentos originados e vivenciados pela humanidade. Assim, o ponto de partida desta investigação é o ostracismo da Grécia Antiga.

## **Ostracismo grego: a primeira forma sistematizada de cancelamento?**

Proveniente do vocábulo grego *óstrakon*, que significa concha ou fragmento de materiais como cerâmica, louça e rocha calcária, o ostracismo (originalmente *ostrakismos*) é o nome atribuído ao sistema de votação popular desenvolvido pela democracia ateniense, na Grécia Antiga. Por meio desse recurso, decidiam pelo exílio de um político, em uma reunião especial da *ecclesia*, com *todos* os cidadãos (à época, somente homens maiores de 21 anos sendo, necessariamente, atenienses e filhos de pais atenienses) sendo elegíveis para votar de maneira supostamente secreta, naquele que desejavam banir da sociedade. Para isso, arranhavam o nome do escolhido em um pedaço de concha ou cerâmica (um *ostrakon*, daí a nomenclatura ostracismo), e o depositavam em uma urna. Como observa Everitt (2019), o que norteava o ostracismo não era uma punição propriamente dita para o crime, mas sim “um desejo de humilhar e cortar o prestígio e o poder opressivos” (Everitt, 2019, p. 233). De maneira sistemática e organizada, o que acontecia era, basicamente, uma competição de impopularidade.

Considerando a dinâmica do ostracismo, é traçado um primeiro paralelo com a cultura do cancelamento em seus moldes contemporâneos: em ambas as práticas, qualquer pessoa, dependendo das circunstâncias, pode ocupar a posição de acusador e acusado, de cancelador e cancelado. E mais: essa

rapidez com que a transição de papéis ocorre é outro elemento que segue preservado, ainda que em proporções diferentes. Na Grécia Antiga, obviamente não existiam os recursos tecnológicos pelos quais a cultura do cancelamento se propaga na atualidade. Mas, sem dúvidas, a Ágora (nome que as praças públicas da Grécia Antiga recebiam) exercia esse papel, com o futuro de um determinado grupo de homens sendo decidido por todos os cidadãos atenienses, sem restrições, reunidos fisicamente em praça pública. Já no século XXI e no *contexto cancelador*, cada indivíduo possui uma Ágora na palma de suas mãos, sem necessidade de um agrupamento presencial acontecer para que um certo tipo de exílio, de natureza essencialmente social, mas que também pode adquirir dimensões espaciais e geográficas, seja estabelecido. Cada usuário possui a sua própria rede de conexões, sua própria praça pública, na qual pode expor facilmente suas conclusões e seu veredito acerca daquele que se encontra em situação de cancelamento.

### **Rituais de exílio e exposição em praça pública: a vergonha como elemento disciplinante do comportamento social**

Historicamente, as práticas e rituais de exílio estão presentes em múltiplos contextos e momentos da humanidade. Diferente da lei do ostracismo, que se justificava, em teoria, unicamente por razões políticas, o exílio, ao longo do surgimento e desenvolvimento de povos e sociedades, também já teve sua aplicação baseada em princípios culturais, religiosos e geográficos, além de políticos. Por essência, o exílio propõe uma dissociação entre o indivíduo e sua pátria. Rossi (2003)

aponta que “a etimologia da palavra é muito expressiva: ex significa, precisamente, quem já não é, deixou de ser. Ou seja, quem perdeu toda ou parte de sua identidade” (Rossi, 2003, p. 7). A gama de exemplos é extensa, incluindo o ritual judaico Yom Kipur (Dia do Perdão); o Cativo da Babilônia, um dos episódios mais marcantes, em termos de exílio, de toda a civilização humana; as Grandes Navegações portuguesas; a berlinda da Idade Medieval; entre outros.

As autoras Hess e Waller (2014), em seu artigo *The digital pillory: media shaming ‘ordinary’ people for minor crimes* (em português, A berlinda digital: humilhação midiática de pessoas comuns por pequenos delitos), destacam que a prática de *shaming* (ou seja, submeter alguém a humilhação publicamente) continua sendo uma poderosa ferramenta cultural, agora sob controle da mídia noticiosa e suas ramificações. Para as estudiosas, isso ocorreu após a prática de *shaming*, nas sociedades ocidentais, “ter sido praticamente eliminada como uma punição formal pelo judiciário durante o início do século XIX” (Hess; Waller, 2013, p. 101). Elas argumentam, ainda, que

embora a vergonha não seja mais uma prática fisicamente brutal, reconceitualizamos a ideia de uma marca duradoura de vergonha nas mãos da mídia na era digital. Defendemos que esta forma de vergonha deve ser considerada através de uma lente de poder midiático para destacar suas dimensões simbólicas e disciplinares (Hess; Waller, 2013, p. 101).

De fato, os rituais de exílio e exposições em praça pública, nos moldes como foram aqui expostos, começaram a ser abolidas no século 18, com o surgimento do Iluminismo. No en-

tanto, três séculos após este movimento cultural e intelectual, o sentimento de vergonha prevalece universal, continuando a ser uma forma potente de regular o comportamento humano em sociedade. Resgatando os argumentos de Hess e Waller (2013), as autoras acreditam que uma nova forma de constrangimento público esteja sendo legitimada, dessa vez por intermédio das tecnologias digitais e midiáticas, cada vez mais populares entre os indivíduos modernos. Entram em debate, assim, duas práticas que podem ser consideradas precursoras diretas do cancelamento contemporâneo: o *problematic favorite* e a *call-out culture*.

### **Precursos da cultura do cancelamento contemporânea: problematic favorite e call-out culture**

Desde o maior ato de popularização das redes sociais, com o Facebook em 2004, novas plataformas de interação, com diferentes objetivos e propostas, emergiram e declinaram, uma delas sendo o Tumblr. A rede de *microblogging* fundada em 2007, conquistou o público mais jovem, com interesse nas culturas pop e *geek*, tornando-se permeada por *fandons*, ou seja, comunidades de fãs, do mundo inteiro e de múltiplos nichos. Como aponta Trier-Bieniek (2015), é precisamente neste universo, por volta de 2013, que se origina a expressão *problematic favorite* (em português, favorito problemático), utilizada para classificar personagens ou celebridades que apresentassem falas e/ou comportamentos problemáticos, como racismo e homofobia, por exemplo. Ao fazer uso do termo para se referir a uma figura fictícia ou pública, as comunidades de fãs, de certo modo, buscavam um equilíbrio entre continuar admirando

seus personagens e ídolos, mas com consciência de seus erros e imperfeições. Uma página dentro da plataforma, intitulada *Your fave is problematic* (Seu favorito é problemático), que listava o nome de celebridades e quais ações problemáticas cada uma havia cometido, acumulou mais de 50.000 seguidores em poucos meses, funcionando como uma espécie de catálogo, que adicionava constantemente novos nomes e atualizava o conteúdo referente a uma determinada figura pública toda vez que esta apresentava um comportamento supostamente problemático.

É interessante observar que, apesar de expor as atitudes de certas personalidades conhecidas e, ainda, considerar errônea suas condutas, o *problematic favorite* não induzia, necessariamente, um boicote àquela pessoa ou mesmo demandava consequências para os seus atos. Uma evidência disso é justamente a utilização da palavra *favorite*. O indivíduo em questão poderia, sim, ter atitudes problemáticas, mas não deixaria de ser o ídolo, o *favorite* daquele fã ou grupo de fãs. A problematização ocorria, mas a celebridade não era reduzida a ela. De certo modo, consistia em uma conscientização da comunidade de fãs, quase como um dispositivo para atenuar uma possível culpa por idolatrar uma celebridade de porte questionável.

Como um desdobramento orgânico dessa conjuntura, nos anos seguintes manifesta-se uma nova forma de reivindicar efeitos mais concretos para pessoas (sejam celebridades ou não) com posicionamentos e atuações controversas: a *call-out culture*. Traduzida livremente para o português, a expressão seria algo como *cultura de chamar a atenção*, visto que *call-out*, neste contexto, é referente a uma condição de advertência, de alertar para um deslize.

Ahmad (2015) classifica a *call-out culture* como “atos de ativismo altamente midiáticos e executados publicamente” (Ahmad, 2015, p. 58), definindo a mesma como uma tendência, entre determinados grupos, de nomear e/ou responsabilizar publicamente padrões opressivos de falas e comportamentos de um ou mais indivíduos. As redes sociais, todavia, modificaram esse processo e acrescentaram novas variáveis, o que eventualmente originou a *call-out culture* da atualidade, onde, conforme argumenta Brown (2020) não existe uma “clareza coletiva sobre as distinções entre conflito, dano ou abuso, mas *online*, parecemos responder tudo isso com a mesma energia — consistentemente punitivo e com um resquício de prazer” (Brown, 2020, p. 42). É possível dizer, portanto, que existe uma teia de alta complexidade envolvendo as redes sociais enquanto agentes propulsores e transformadores de práticas contemporâneas, como a *call-out culture* e o *problematic favorite*. Este cenário torna-se ainda mais intrincado com o advento da *cancel culture*, objeto de análise do tópico em seguida.

## **Cultura do cancelamento na era digital: o tribunal da Internet**

As redes sociais conduziram o indivíduo comum para uma posição que ele nunca tinha ocupado anteriormente: a de protagonismo, situando-o bem no centro do processo comunicacional. A chegada do *Facebook*, em 2004, fortalece essa lógica, que é consolidada com o advento do *Twitter*, em 2006. A plataforma surge como um *microblog*, limitada a 140 caracteres por tuíte, propondo que seus usuários compartilhassem acontecimentos do dia a dia com os seguidores do seu perfil.

De fato, o Twitter funcionou por algum tempo como um gênero de diário virtual, com o predomínio de conteúdos cotidianos e pessoais sendo publicados. Embora não tenha perdido completamente sua característica inicial, essa foi uma das redes sociais que mais sofreu transformações ao longo de seu uso. A agilidade inerente ao Twitter lhe restabeleceu como referência de acesso à informação, inicialmente no formato de mídia de suporte para os meios de comunicação convencionais, como salienta Rocha (2010). Agora, quase 16 anos após sua concepção, a rede de *microblogging* é um espaço de reivindicação, e palco para o nascimento de manifestações como a cultura do cancelamento, agindo como formador de opinião.

Conforme mencionado brevemente na introdução deste artigo, a cultura do cancelamento tem suas origens atreladas ao movimento *#MeToo* (*#EuTambém*, em português). Apesar de ter sido fundado em 2006, pela ativista social Tarana Burke, é em outubro de 2017 que o *#MeToo* atinge seu ápice. Quando o produtor de cinema Harvey Weinstein foi acusado de abuso sexual por dezenas de mulheres, a atriz Alyssa Milano (2017) tuíteu a seguinte frase: “se você foi assediada ou violentada sexualmente, escreva ‘eu também’ como resposta para este tuíte”. Milhares de pessoas interagiram com o tuíte da artista, com múltiplos retornos sendo enviados ao seu pedido, inclusive de celebridades como Gwyneth Paltrow, Ashley Judd e Uma Thurman, entre outras. Logo, deu-se início a *hashtag* *#MeToo*, que rapidamente viralizou nas plataformas digitais, principalmente no Twitter, incentivando inúmeras pessoas a compartilharem os abusos que sofreram, sendo a maioria mulheres. Com isso, o movimento adquiriu relevância globalmente e conta com mais apoiadores a cada dia.

É precisamente com esse ideal que a cultura do cancelamento é moldada e dá início às suas manifestações, por intermédio do próprio Twitter. Com a repercussão dos crimes de Weinstein e demais casos de assédio e violência sexual nos quais outras figuras públicas estavam envolvidas, os usuários começaram a demandar freneticamente a responsabilização dos acusados, clamando pelo *cancelamento* de práticas e comportamentos abomináveis como aqueles. Outro movimento impulsionado pela cultura do cancelamento foi o *Black Lives Matter* (Vidas Negras Importam, em português), existente desde 2013, com o propósito de advogar contra a violência e brutalidade policial direcionada a pessoas negras, além destacar as desigualdades e discriminações de cunho racista vivenciadas por essa parcela da sociedade.

A propagação do fenômeno *cancelador* resultou na elaboração de diversos conceitos a seu respeito, na tentativa de expandir o entendimento sobre a *prática canceladora*, que, ao longo dos últimos anos, passou a ser temida pelos mais variados grupos sociais. De acordo com Eve Ng (2020), a *cancel culture* consiste em

retirar qualquer tipo de apoio (visualização, seguidores nas redes sociais, compras de produtos endossados pela pessoa etc.) daqueles acusados de terem dito ou feito algo inaceitável ou altamente problemático, geralmente por uma perspectiva de justiça social, como sexismo, homofobia, racismo, bullying e demais questões (Ng, 2020, p. 43).

Ratificando a designação apresentada por Ng (2020), ao discorrer sobre a cultura do cancelamento, Nguyen (2020) a

interpreta como uma crescente manifestação ativista de mídia social, que incentivou muitos indivíduos a promoverem o boicote de pessoas, empresas e sistemas que estejam desalinhados com os valores sociais vigentes. Nota-se que ambas as significações apresentadas, vinculam a *cancel culture* com um ponto específico: o combate a falas e comportamentos que hostilizem parcelas mais vulneráveis da sociedade, como por exemplo pessoas negras e indivíduos integrantes da comunidade LGBTQIAPN+. O cancelamento emerge como instrumento de oposição a discursos e práticas que reverberam preconceitos e intolerância, elementos que contribuem para a perpetuação de uma estrutura social baseada em discriminação e desequilíbrio.

A priori, portanto, a *cancel culture* não está relacionada a discursos de ódio e a propagação de qualquer tipo de violência. Ela parte de uma combinação de princípios como justiça e igualdade, propondo discussões necessárias para a vida em coletividade. Ademais, a pretensão de cancelar algo estava muito mais associada a erradicar comportamentos e estruturas prejudiciais do que ao apagamento de uma pessoa e de sua identidade enquanto ser social.

Todavia, tal qual outros fenômenos potencializados pelo *online*, a *cancel culture* não estava imune ao caráter mutável e ágil do meio digital, sofrendo deslocamentos ao longo dos últimos anos. Muitas vezes, os limites sobre o que é permitido ou não, aceitável ou não, se perde na vivência das Tecnologias da Informação e Comunicação. Como consequência dessas transformações, novas análises passaram a ser feitas sobre a prática em questão, resultando em reflexões como a de Chiou (2021), que afirma:

A cultura do cancelamento é uma faca de dois gumes. A mídia social oferece uma plataforma para as pessoas responsabilizarem facilmente alguém por seu mau comportamento e aumenta a conscientização sobre a injustiça. As opiniões a favor da cultura do cancelamento postulam que é semelhante ao ativismo, usando plataformas online para criticar pessoas influentes por promover a intolerância. Por outro lado, a cultura do cancelamento às vezes pode se tornar vigilantismo digital (Chiou, 2021, p. 297).

Sob essas conjunturas, são estabelecidas discussões mais concretas a respeito dos benefícios e malefícios da *cancel culture*, com críticos determinados a expor os danos que o cancelamento pode causar. Entre os argumentos dos opositores, um dos mais pertinentes é que este fenômeno legitima a censura, contestando a liberdade de expressão. Emmanuel (2020), por exemplo, alega que a cultura do cancelamento tem como base indivíduos que não concordam com discursos ou ações disseminadas em um perfil específico e, para reprimir esses comportamentos, se expressam de maneira ofensiva, o que não é justificável. Ross (2020) complementa esse raciocínio, ao classificar a prática de cancelamento como problemática por estimular uma dinâmica eliminatória, em que os usuários hostilizam qualquer um com quem não concordem perfeitamente.

Os pressupostos evidenciados por pesquisadores como Emmanuel (2020) e Ross (2020) estão fundamentados na banalização que passou a caracterizar as práticas e manifestações do cancelamento. Como exposto no início do presente tópico, a *cancel culture* possui um pilar essencialmente ativista e social,

posicionando-se, muitas vezes, em favor dos marginalizados. Acontece que, com a popularização do termo, abriu-se espaço para uma ressignificação da prática, sem quaisquer diretrizes no que se refere a essa transição.

Em razão disso, *ser cancelado* passou a ser visto como algo cotidiano, que em significativa parte dos casos pode ser revertido com pouco ou algum esforço. Nos cenários de pessoas célebres e famosas, de fato é positivo que haja uma certa rapidez para o contorno da situação, visto que o comportamento da artista não estava relacionado a impactos comunitários. Contudo, quando se trata de outros episódios, que realmente demandam uma mudança de conduta de um indivíduo, grupo de pessoas ou instituição, pode ser preocupante que a cultura do cancelamento seja trivializada, ao invés de atuar como um mecanismo de auxílio para modificações necessárias no corpo social contemporâneo.

## Considerações finais

Como visto, estão estabelecidos os atuais debates acerca da *cancel culture*. Em um lado, perspectivas como a de Lemos (2020), que vê na prática “uma possibilidade de regulação social, necessária para conter a palavra selvagem das redes” (Lemos, 2020, p. 31). Para o autor, se há insensatez no universo *online*, também pode nascer dele uma forma própria de sabedoria, considerando que uma porção dos cancelamentos existentes envolvem atitudes problemáticas e bárbaras. Já por uma ótica contrária, Hooks (2020, p. 24) afirma que “o uso da vergonha, como visto na cultura do cancelamento, para engendrar ou modificar o comportamento social é inútil, negativo e em última

análise, perigoso”. No que se refere à carga de não-existência de uma pessoa, que a *cancel culture* pode conter, Teixeira (2020) enfatiza que tal prática “evoca a imposição da desmemoria que se vê no pesadelo distópico de George Orwell e nos regimes totalitários que inspiraram 1984” (Teixeira, 2020, p. 18).

Considerando os argumentos expostos, pode-se afirmar que, quando utilizada de acordo com as perspectivas críticas apresentadas mais acima, a cultura do cancelamento, de fato, pode reforçar a lógica de um tribunal da Internet, onde, diferentemente dos processos legais ocorridos *off-line*, não existe muito espaço ou nenhum espaço para o exercício do contraditório, além da ausência de igualdade e proporcionalidade nos julgamentos.

## Referências

- AHMAD, A. A note on call-out culture. **Briarpatch Magazine**, [S. l.], 2015. Disponível em: <https://briarpatchmagazine.com/articles/view/a-note-on-call-out-culture>.
- BROWN, A. M. **We will not cancel us: and other dreams of transformative justice**. Chico, CA: AK Press, 2020.
- CHIOU, R. We need deeper understanding about the neurocognitive mechanisms of moral righteousness in a era of online vigilantism and cancel culture. **AJOB Neuroscience**, [S. l.], v. 11, n. 4, p. 297–299, 2020.
- EVERITT, A. **A ascensão de Atenas: a história da maior civilização do mundo**. São Paulo: Planeta, 2019.
- HESS, K.; WALLER, L. The digital pillory: media shaming of ‘ordinary’ people for minor crimes. **Continuum: Journal of Media & Cultural Studies**, [S. l.], v. 28, n. 1, p. 101–111, 2014.
- HOOKS, A. M. **Cancel culture: posthuman hauntologies in digital rhetoric and the latent values of virtual community networks**.

2020. Tese (Mestrado em Língua Inglesa) – Faculdade de Letras, Universidade do Tennessee, Knoxville, 2020.

LEMOS, R. de. A grande feira das ideias prontas. **Revista Cult**, São Paulo, 3 jun. 2020. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/grande-feira-das-ideias-prontas/>. Acesso em: 15 jan. 2025.

NG, E. No grand pronouncements here: reflections on cancel culture and digital media participation. **Television & New Media**, Athens, v. 21, n. 6, p. 621–627, 2020.

NGUYEN, B. **Cancel culture on Twitter**: the effect of information source and messaging on post shareability and perceptions of corporate greenwashing. 2020. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Marketing) – Wharton School, University of Pennsylvania, Filadélfia, 2020.

ROCHA, G. G. de O. **O poder do Twitter como ferramenta de comunicação**. 2010. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2010.

ROSSI, C. P. **Estado de exílio**. Madrid: Visor Libros, 2003.

TEIXEIRA, J. Apresentação. **Revista Cult**, São Paulo, n. 258, p. 14–19, 2020.

TRIER-BIENIEK, A. **Feminist theory and pop culture**. Roterdã: SensePublishers, 2015.

WOLF, E. O ground zero do cancelamento. **Revista Cult**, São Paulo, n. 258, 2020.



## CAPÍTULO 6

# Redes sociais parlamentares: um modo de exercer a democracia digital <sup>1</sup>



**Resumo:** Este capítulo busca investigar a emergência de uma forma de participação política realizada por meio dos perfis de mídias sociais digitais da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina. No contexto dos parlamentos, a comunicação com a esfera pública foi comumente uma preocupação, e as tentativas de aproximação eram feitas de forma convencional pelos instrumentos de comunicação legislativos (canais de televisão, rádio, mídia impressa). Com o advento da rede, além dos sites de notícias, não é mais possível pensar a comunicação pública sem considerar o fenômeno das mídias digitais.

**Palavras-chave:** Mídias sociais digitais. Comunicação pública. Cidadania. Democracia digital.

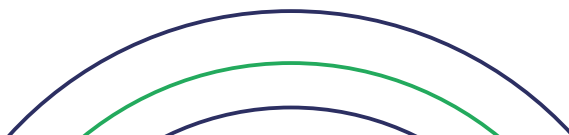
## Os discursos na esfera pública digital

O trabalho propõe a identificação dos discursos que engendram um *caráter virtual da nova esfera pública* (Levy, 2017) na contemporaneidade, entendido a partir da emergência de uma comunicação em rede, sobretudo em seus desdobramentos como um poderoso movimento de opinião pública. Elegemos como foco de atenção as relações participativas e identitárias

---

1 Trabalho apresentado ao Conexão Pós: Mobilização, Comunicação e Democracia – Caminhos para fortalecer o futuro do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo, 28, 29 e 30 de março de 2023.

2 Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, doutoranda no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP. Membro dos grupos de pesquisa MidiAto e Atopos (ambos da ECA/USP). E-mail: diasmiche@gmail.com.



que emergem nas representações construídas do debate público pelas mídias digitais da Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc), instituição pública e política, que concentra atualmente a maior redação jornalística do estado de Santa Catarina.

A partir de uma perspectiva discursiva, utilizando os preceitos de Patrick Charaudeau (2013; 2020) e Dominique de Maingueneau (1993; 2008; 2011; 2015), buscamos compreender o papel desempenhado pelos discursos que envolvem a comunicação da referida instituição, por meio do perfil de três de suas mídias sociais digitais de maior alcance — Facebook, Instagram e Twitter, entre os anos de 2019 e 2022 (período da pesquisa de doutorado, atravessado pela pandemia de covid-19), e descobrir, também, se esses discursos contemplam a comunicação pública e as apostas da comunicação digital no que se refere à colaboração, à participação, ao exercício da cidadania.

Identificar os sentidos em circulação nas plataformas de mídias digitais, observando os vínculos com a comunidade construídos pelo discurso desse agente público e pelos discursos dos seguidores da plataforma é nosso principal objetivo. A produção de conteúdo para uma mídia social digital se dá para além do discurso do enunciador. Comentários, curtidas e compartilhamentos são também conteúdo construído e intrínseco a essas mídias.

Pesquisar sobre o papel das interações e interconexões proporcionadas pelas mídias sociais digitais construído, atualmente, em torno de negociações acerca do estatuto da representação, com a geração de debates, polêmicas, críticas, sugestões, aceites e não- aceites (no caso, os likes e suas variações — reações simbolizadas por emojis) de visibilidade pública, revela-se uma proposta pertinente ao campo das Ciências da Comunicação.

## Quadro teórico e metodológico

O quadro teórico de referência deste projeto, portanto, consiste em três eixos teóricos principais: 1) as mudanças sócio-históricas, atravessadas pela questão da democracia, da democracia digital e da cultura; 2) o papel das mídias digitais incorporadas por uma instituição pública, no cenário de transparência, da sociedade de plataforma e da comunicação pública; e 3) a construção de participação, identidade e a representação do cidadão pelas mídias digitais legislativas, ancoradas pelas estruturas do discurso e da narrativa.

Do ponto de vista teórico-metodológico, filiamos-nos à visada da análise do discurso e do discurso da mídia de Patrick Charaudeau (2013; 2020) e à proposição de uma semântica global dos discursos e suas relações com as ciências humanas e sociais, por Dominique Maingueneau (1993; 2008; 2011; 2015; 2020) como um aporte interpretativo para identificar os discursos circulantes nas interações das mídias do parlamento; pelos estudos de comunicação pública e de comunicação digital/em rede para analisar as formas como se dão a comunicação e as interações no cenário da comunicação do Século XXI.

Para falar sobre sociedade de plataforma, comunicação em rede e redes sociais elegemos os autores Pierre Lévy (2010; 2017), Lúcia Santaella (2010), Massimo di Felice (2020), Manuel Castells, André Lemos (2010), Giselle Beiguelman (2021), Letícia Cesarino (2022), Pollyana Ferrari (2015), e Stuart Hall (2005) para refletir sobre cultura e identidade.

Com base nessa problemática, formula-se a seguinte pergunta-chave:

Os discursos em foco contemplam a comunicação pública e as apostas da comunicação digital no que se refere à colaboração, à participação, ao exercício da cidadania e da democracia? Além da informação sobre os assuntos que impactam diretamente no cotidiano, procuramos investigar se os cidadãos têm a possibilidade de expressar suas opiniões com a certeza de que serão ouvidos e terão respostas para suas indagações e dúvidas.

A fim de responder a essas perguntas-chave, é preciso identificar quais os temas (Maingueneau, 2008) constituem esses discursos que emergem na esfera pública e constroem sentidos, tendo como materialidade a mídia social legislativa.

Considerando essa perspectiva e, ao buscar analisar a forma como é construída a identidade cultural e a participação da sociedade na mídia do legislativo estadual, e se essa população se identifica com o que é veiculado e sente-se representada, foi possível estabelecer algumas hipóteses, tais como:

- A partir da leitura do social, da democracia e da democracia digital, as plataformas digitais de comunicação podem construir uma aproximação com a atualidade de apostas culturais e, dessa forma, possibilitar uma nova forma de exercício da cidadania;
- A comunicação pública desempenhada pela Alesc cumpre seu papel de informar com transparência e possibilita um diálogo com a sociedade por meio da mídia digital, integrando projetos de lei desenvolvidos no parlamento à cultura e à história da população e sua vinculação ao espaço público cotidiano;
- Os cidadãos identificam-se ou não social e culturalmente com o conteúdo produzido e postado nas mídias sociais e

reconhecem suas necessidades atendidas pelos parlamentares, por meio dessas plataformas de comunicação.

## Procedimentos metodológicos

A proposta é reconhecer os discursos circulantes (Charraudeau, 2013; 2020) e buscar, também, analisar o espaço interdiscursivo (Maingueneau, 1993; 2008; 2011; 2015), a fim de compreender o papel desempenhado pelos discursos que envolvem a comunicação pública da Alesc. O período de observação desta pesquisa concentra-se nos anos de 2019, 2020, 2021 e 2022 e a investigação se dá nas três mídias digitais (Facebook, Twitter e Instagram), de maior alcance, utilizadas para produção de conteúdo.

O recorte foi delimitado, ainda, na seleção dos seis posts de maior repercussão/engajamento/interação — critério que permite uma análise textual mais consistente em razão da quantidade de comentários e, conseqüente percepção da qualidade desses comentários — em cada ano, com base nos relatórios da empresa de softwares de análise de dados Zeeng<sup>3</sup> e pelos relatórios de métrica das próprias plataformas, além dos softwares Export Coments — ferramenta de exportação de comentários das mídias digitais, e IraMuTeQ<sup>4</sup> — software livre ligado ao pacote estatístico R para análises de conteúdo, lexicometria e análise do discurso.

---

3 Quem Somos — Zeeng.

4 Iramuteq — IRaMuTeQ.

## **Democracia digital: A política na era do microprocessador e do chip**

[...] com “democracia digital” usualmente é feita referência a um montante muito amplo de experiências, iniciativas e práticas políticas relacionadas à ideia ou às instituições da democracia, na medida em que tais experiências, iniciativas e práticas se apoiam em dispositivos, ferramentas e recursos das tecnologias digitais de comunicação e informação (Gomes, 2010).

Discutir sobre a democracia digital significa debater a relativamente longa história do ideário democrático, assim como a mais recente temporalidade do processo tecnológico que permitiu o advento das Tecnologias da Informação e Comunicação.

A discussão sobre a democracia digital, assim como outros termos próximos, deixou de ser restrita aos meios acadêmicos e passou a ser utilizada por militantes sociais, profissionais da imprensa, políticos e instituições do Estado. Ou seja, os debates sobre o que é e quais os rumos que ela pode tomar estão, já faz alguns anos, inseridos no discurso público.

As múltiplas maneiras de denominar e caracterizar o fenômeno expressam algumas nuances, enfatizando as fases do processo e valorizando aspectos e usos distintos da tecnologia. Também exibem definições diversas sobre o que é um regime ou sociedade democráticos. É possível realizar uma crítica das democracias existentes a partir de um ponto de vista que defenda a revitalização e a expansão do elemento democrático

não só na esfera estatal, mas também no plano da sociedade. A democracia digital tem um enorme potencial nessa peleja.

Para que o ideal democrático possa ser ampliado é necessário pensar e elaborar novos modelos de organização midiática e de acesso à informação e à comunicação. Algo que deve englobar o maior número possível de cidadãos no livre debate sobre os assuntos de seu interesse, assim como na participação efetiva dos processos decisórios do Estado. Apesar de existir um grande potencial para ampliação real dos regimes democráticos por meio das inovações tecnológicas da comunicação, elas por si só não garantem um sistema robusto e maior participação popular nos processos decisórios. Para que o uso das tecnologias de comunicação possa resolver os problemas da democracia é preciso que ocorram mudanças nas formatações e nos desenhos das instituições. A tecnologia, por si só, não tem um papel decisivo na ampliação e na consolidação de espaços democráticos.

As estruturas consolidadas podem ser bastante resistentes a qualquer tipo de mudança. Caso os processos e os ritos que determinam a atuação do legislativo estiverem impermeáveis à participação mais efetiva dos cidadãos, o impacto não será de grande monta. Enfim, os déficits da democracia não serão sanados apenas com a utilização das novas tecnologias de comunicação.

O fato de a vida íntima e a vida social estarem fortemente mediadas por tecnologias digitais, para o bem e para o mal, leva necessariamente à conclusão de que a vida pública também esteja submetida ao mesmo regime. Não seria sensato que as práticas, as formas e os conteúdos da comunicação

de uma Assembleia Legislativa, tema de nossa pesquisa, se mantivessem analógicos.

Em seu artigo intitulado *A política pública de transparência no Brasil: tecnologias, publicidade e accountability* (2016), Fernando Filgueiras aponta o conceito de transparência como ligado a um valor fundamental da gestão pública contemporânea: o de disponibilizar para a sociedade as informações sobre as ações realizadas pelos agentes públicos e fomentar, assim, a accountability.

Conforme o autor, o uso das tecnologias da informação potencializa os elementos de transparência e fortalece a accountability; contudo, por si só, não os garante, devido “à forte burocracia com senso de missão e um aparato administrativo institucionalizado”, nas organizações públicas (Filgueiras, 2016, p. 89).

Se pensarmos no contexto comunicacional relativo às novas mídias digitais, sua vocação para diminuir as distâncias entre sociedade e parlamento pode ser significativa. Conforme Bernardes e Leston-Bandeira (2016), seu potencial específico em relação aos parlamentos, compreende três áreas básicas: comunicação, disseminação e gestão da informação.

## **Mídias digitais e sua incorporação em instituições públicas: Alesc em foco**

A Gerência de Redes Sociais (GRS) da Assembleia Legislativa de Santa Catarina foi instituída pela Lei Complementar (LC) estadual no 652, de 13 de julho de 2015, de autoria da Mesa da Alesc, primeiro órgão público catarinense a estruturar uma área específica para administrar sua presença em

mídias sociais, a partir da criação dessa gerência exclusiva para a atividade (Alesc, 29 de abril de 2016). Sua estruturação teve como referência a portaria nº 38, de 11 de junho de 2012, editada pelo Conselho de Defesa Nacional, que estabelece diretrizes para a presença da Administração Pública Federal nas redes sociais digitais.

Na época de criação das mídias digitais da Alesc, as plataformas estavam em franco crescimento. Assim, a ideia de incorporar esses espaços foi feita com a intenção de captar a atenção de cidadãos conectados que não costumavam ter contato com o Parlamento. O objetivo foi atrair para as pautas políticas e para as informações institucionais um número maior de pessoas. Além de ter sido originada para resolver uma questão burocrática, a GRS da Alesc também cumpre a meta de formar uma equipe focada exclusivamente na atividade de pensar e produzir conteúdos para novos ambientes de comunicação e de mídia, materializando o objetivo de servir como um canal interativo, de relacionamento e compartilhamento.

Os discursos para estes ambientes ainda não possuem modelos consolidados, operando sob as incertezas de resultados típicos da indústria de conteúdo, mas com um complicador: muitas das práticas consolidadas pela indústria cultural de massa já não se aplicam ao cenário de mídia propagável, em que a produção e a distribuição de produtos culturais já não são exclusividades de corporações de mídia, mas atividades também desempenhadas pelo público, que, dependendo do engajamento, define entre seu sucesso e seu fracasso (Jenkins *et al.*, 2014).

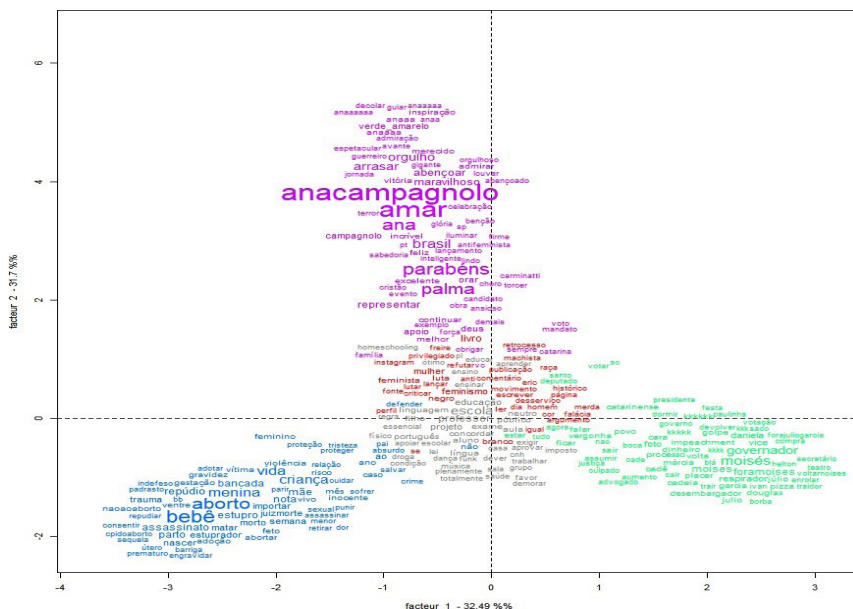
## Os discursos circulantes

Devido ao espaço limitado deste capítulo, vamos abordar de forma geral e resumida os temas de maior repercussão no período de análise da tese de doutorado, com base na perspectiva discursiva de Patrick Charaudeau e Dominique Mainguenu. A partir dos comentários exportados pela ferramenta Export Comments, geramos um corpus de análise que foi agrupado em um único texto a fim de assegurar um olhar generalizado para as temáticas abordadas nas plataformas de mídias digitais da Alesc. Esse corpus foi submetido, no IRa-MuTeQ, à dinâmica de análise textual.

O primeiro passo da análise textual constituiu na realização da análise lexicográfica, que envolve a verificação da frequência e distribuição das palavras no corpus textual. Essa análise faz a quantificação das palavras classificadas como ativas (isto é, os termos e formas gramaticais que serão considerados como os principais para dar contexto às frases), suplementares (termos que complementam a contextualização das palavras ativas), bem como realiza o processo de lematização, que consiste em igualar a palavra por seu termo raiz (por exemplo: *adotei*, *adota*, *adotar* como termos iguais) (Camargo; Justo, 2013; Mendes *et al.*, 2019). Traduzimos ainda os emojis em forma de texto. A análise lexicográfica do corpus textual formada pela verificação dos textos de todas as plataformas produziu 374.950 ocorrências; destas, 10.559 são palavras que aparecem uma única vez.

A Figura 1 representa os resultados dos temas obtidos a partir dos discursos circulantes no corpus desta pesquisa.

Figura 1 – Temas de maior repercussão



Fonte: Elaboração da autora a partir do software IRaMuTeQ.

A partir das palavras em destaque na figura acima, perceberemos quais foram os temas que se destacaram no conjunto do corpus de pesquisa ao longo do tempo delimitado. Os temas de maior repercussão estão, fundamentalmente, ligados às questões: de gênero/sexualidade; e do bom uso do dinheiro público.

Em relação à temática de gênero, os discursos passam sempre pela questão dos valores, das ideologias inscritas na sociedade e da identidade e, para o bem ou para o mal são assunto recorrente nos espaços midiáticos nos últimos anos.

Desse modo, partimos do entendimento de que se estabelecem, possivelmente em diferentes graus e modalidades, trocas interdiscursivas entre os conteúdos das mídias digitais e a discursividade emergente, ligada a posições enunciativas em diferentes campos do universo discursivo, articuladas em

torno de pautas, demandas e discussões identitárias, como as de gênero e sexualidade. Para entender como se conforma essa interdiscursividade, o caminho foi analisar os posts em que os discursos sobre essa temática mais repercutiram, já que analisar cada um, individualmente, demandaria um tempo que a pesquisa não comporta.

Na concepção de Maingueneau (2008), os temas e enquadramentos temáticos constituem uma das dimensões a partir das quais é possível definir especificidades dos sistemas de formação próprios de cada discurso. O plano temático é certamente um dos mais imediatamente apreensíveis, quando falamos sobre a complexidade dos enunciados midiáticos.

Os posts que mais repercutiram o tema foram os que divulgavam lançamentos de livros de uma parlamentar, com abordagem *antifeminista* — um deles lançado no dia 8 de março de 2019, quando é celebrado o Dia Internacional da Mulher, data que simboliza as conquistas das mulheres — e os que tratavam da instalação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) parlamentar para investigar o caso da interrupção da gravidez de uma menina de 11 anos, vítima de estupro em uma cidade do interior de Santa Catarina.

A instalação da CPI mobilizou alguns membros da bancada feminina da Alesc, que emitiram uma nota de repúdio, também veiculada nas mídias digitais da Casa. A opinião pública, nesse caso, emergiu por reação tanto em relação à imprensa (fazendo valer o primado do interdiscurso), que repercutiu o caso e fez com que ele chegasse à esfera jurídica federal, quanto à manifestação da bancada feminina da Alesc, que entendeu se tratar de um caso que, após ter ganhado a esfera pública por meio dos espaços midiáticos, precisava prestar seu apoio à vítima.

O caso veio a público por meio de reportagem veiculada no mesmo mês pelo The Intercept Brasil<sup>65</sup> e pelo Portal Catarinas<sup>66</sup> que divulgaram trechos da audiência em que a juíza responsável pelo caso na esfera estadual faz uma série de perguntas à criança tentando induzi-la a não interromper a gravidez. A família teria procurado o Hospital Universitário de Florianópolis — cadastrado junto ao Ministério da Saúde como referência para interrupção legal da gestação — para realizar o procedimento de aborto, mas a equipe médica se recusou a fazer por alegar que a gestação, de 22 semanas, já não era mais permitida por lei. No vídeo, a juíza questiona se a menina poderia *suportar mais um pouquinho* para, assim, permitir que o feto pudesse ser retirado com vida.

A publicação no Instagram teve mais de 3.600 comentários, a maioria criticando o posicionamento das parlamentares que emitiram a nota de repúdio. A opinião pública, nesse caso, emergiu por reação tanto em relação à imprensa (fazendo valer o primado do interdiscurso), que repercutiu o caso e fez com que ele chegasse à esfera jurídica federal, quanto à manifestação da bancada feminina da Alesc, que entendeu se tratar de um caso que, após ter ganhado a esfera pública por meio dos espaços midiáticos, precisava prestar seu apoio à vítima.

Para que uma opinião pública se manifeste, é necessário que surja no espaço social um acontecimento suscetível de tocar uma grande quantidade de indivíduos. A partir daí surgirá talvez uma indignação que poderá “se transformar em acusação aos responsáveis, uma compaixão que poderá desencadear movimentos de solidariedade para com as vítimas, uma cólera que, não suportando a iniquidade de uma situação, assumirá diversas formas de reivindicação: manifestações, ocupação das

mídias, ações associativas ou interpelação nos tribunais” (Charaudeau, 2020, p. 46).

O autor reflete, ainda, ser necessário que o acontecimento seja aberto, que cause problema e que não esteja resolvido. “É seu caráter de incerteza que o torna apto a ser captado pela opinião” (Charaudeau, 2020, p. 46).

## **Bom uso do dinheiro público**

Em relação ao bom uso do dinheiro público o destaque nesse recorte espaço-temporal foram os posts que trataram da CPI dos respiradores. Em 2020, o então governador do estado de Santa Catarina, sofreu dois processos de impeachment. Um deles envolveu a equiparação salarial dos procuradores do Estado. O outro, a compra superfaturada de respiradores para atender às vítimas de covid-19.

Uma reportagem publicada em abril de 2020, no site The Intercept, denunciou a compra de 200 respiradores artificiais pelo Governo do Estado, no início da pandemia, um investimento de R\$33 milhões, com pagamento antecipado à empresa Veigamed, de Niterói (RJ). Os equipamentos, porém, não foram entregues. A denúncia repercutiu na Alesc e resultou na criação de uma CPI, instalada em 5 de maio. Ainda em 2020, a Alesc admitiu dois processos de impeachment contra ex-governador Carlos Moisés e um deles contra a ex-vice-governadora Daniela Reinehr.

A partir dos movimentos, das condições de produção e da observação dos discursos circulantes na plataforma Instagram, no ano de 2020, quando o caso veio à tona e quando o perfil já se destacava como espaço de interlocução entre legislativo e

sociedade, vamos aprofundar nossas análises sobre o tema, que foi um dos que mais repercutiu, nos anos de 2020 e 2021, nas plataformas de mídias digitais da Alesc.

Em uma breve análise dos posts supracitados, podemos inferir, de forma geral, que tratam da visada correspondente à lógica particular, segundo Charaudeau, “do fazer saber ou visada de informação propriamente dita, que tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão” (Charaudeau, 2013, p. 86).

A visada da informação consiste em fazer saber ao cidadão o que aconteceu ou o que está acontecendo no mundo da vida social e a instância midiática tenta realizar essa visada por meio de dois tipos de atividade linguageira, conforme Charaudeau: a descrição narração, para reportar os fatos do mundo; e a explicação, para esclarecer o destinatário da informação sobre as causas e as consequências do surgimento desses fatos. Mas, segundo o analista do discurso, num e noutro caso, embora de maneiras diferentes, coloca-se um problema de relação com a verdade.

Tratar da verdade não é uma tarefa simples [...] O verdadeiro e o falso como noções remetendo a uma realidade ontológica não pertencem a uma problemática linguística. Entretanto, acham-se no domínio linguístico noções como as de *significar o verdadeiro* ou *significar o falso*, isto é, produzir um valor de verdadeiro ou de falso por meio do discurso (Charaudeau, 2013, p. 88, grifos do autor).

Nos comentários, também de forma geral, é possível perceber a presença do chamado *primado do interdiscurso* (Cha-

raudeau; Maingueneau, 2012). Tal primado implica que uma Formação Discursiva (FD) produz o assujeitamento do sujeito na medida em que cada FD é dominada pelo interdiscurso e exclui que sejam colocadas em contraste FDs consideradas independentemente umas das outras.

As maneiras como a opinião pública se coloca por meio dos comentários, ora tomando como verdadeiros, ora como falsos os enunciados que objetivam informar, nos faz inferir que, alguns cidadãos os tomam como verdadeiros com base em informações levantadas por meio da análise de outros meios de comunicação (externos à Alesc) ou mesmo sobre os contornos de disputa política que envolvem os enunciados. A maioria, entretanto, desacredita na eficácia da proposta levantada pelo Legislativo de levar a investigação adiante. O fato de que o presidente da CPI faz parte do mesmo partido político do governador é um fator de destaque. Outros, ainda, deixam claras suas frustrações tanto relativas ao Executivo quanto ao Legislativo, num descrédito na esfera política como um todo.

A produção de enunciados na comunicação pública parlamentar serve para entender o quanto os cidadãos se identificam ou não com esses parlamentares ou com determinados temas, e perceber o quanto se sentem representados ou não.

As condições de produção dos discursos nas mídias digitais pela equipe de comunicação da Alesc — que tem liberdade criativa, mas limitada liberdade editorial, como em qualquer meio de comunicação, pois tudo o que é produzido tem relação com as atividades institucionais — permite aos seguidores dessas mídias produzirem formas simbólicas de representação com a sua realidade concreta.

A noção de espaço público nas mídias digitais remete aos processos de representação, compartilhamento e discussão da cidadania. As dinâmicas de encenação da informação, nesse espaço público, estão ligadas ao contrato de comunicação, de que fala Charaudeau (2010).

## **Algumas considerações finais**

A comunicação digital da Alesc, assim como a de todos os outros parlamentos, não só no Brasil, embora tenha tido algum avanço nos últimos anos — no que se refere à transparência, a facilidade de acesso às informações de interesse público, no acompanhamento dos processos decisórios — ainda tem um longo e incerto caminho a ser percorrido. O diálogo entre a sociedade catarinense e seu parlamento já deu os primeiros passos. Alguns projetos de lei já surgiram para estreitar, ainda que timidamente, a troca entre representados e seus representantes.

Contudo, provavelmente as plataformas digitais construídas pelas *big techs*, baseadas em critérios de vigilância e de consumo, ao serem incorporadas por instituições legislativas, não atendam às necessidades de construção de uma sociedade e de um Estado verdadeiramente democráticos. É preciso pensar coletivamente em alternativas. A parcela da população que participa nas mídias digitais da Alesc ainda é reduzida, salvo em temas extremamente polêmicos.

Em nenhuma democracia a liberdade de expressão foi absoluta. Na atualidade, quando a informação flui com muito mais volume e intensidade do que em qualquer outra época, é premente elaborar novas estratégias e regulações sobre como será a navegação nesse mar tormentoso caracterizado pelo

excesso de desinformação, que vem testando de forma cada vez mais agressiva os limites da governança democrática. É imprescindível o uso de alguns instrumentos que permitam uma navegação mais segura.

## Referências

BEIGUELMAN, G. **Políticas da imagem**: vigilância e resistência na dados fera. São Paulo: Ubu Editora, 2021.

BERNARDES, C. B.; LESTON-BANDEIRA, C. Information vs engagement in parliamentary websites – a case study of Brazil and the UK. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 24, n. 59, p. 5–22, 2016.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, M.; CARDOSO, G. (org.). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Belém: Imprensa Nacional, 2005.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2011.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, P. **Um modelo sociocomunicacional do discurso**. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Um-modelo-sociocomunicacional-do.html>.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2008.

DI FELICE, M. **A cidadania digital**: a crise da ideia ocidental de democracia e a participação nas redes digitais. São Paulo: Paulus, 2020.

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. *In*: DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012a. p. 59–71.

DUARTE, M. Y. M. Comunicação e cidadania. *In*: DUARTE, J. (org.). **Comunicação pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012b.

FERRARI, P. **A força da mídia social**: interface e linguagem jornalística no ambiente digital. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.

FILGUEIRAS, F. (org.). **Democracia digital**: publicidade, instituições e confronto político. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2016. p. 27–54.

GOMES, W. **A democracia no mundo digital**: história, problemas e temas. São Paulo: Edições Sesc, 2018.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

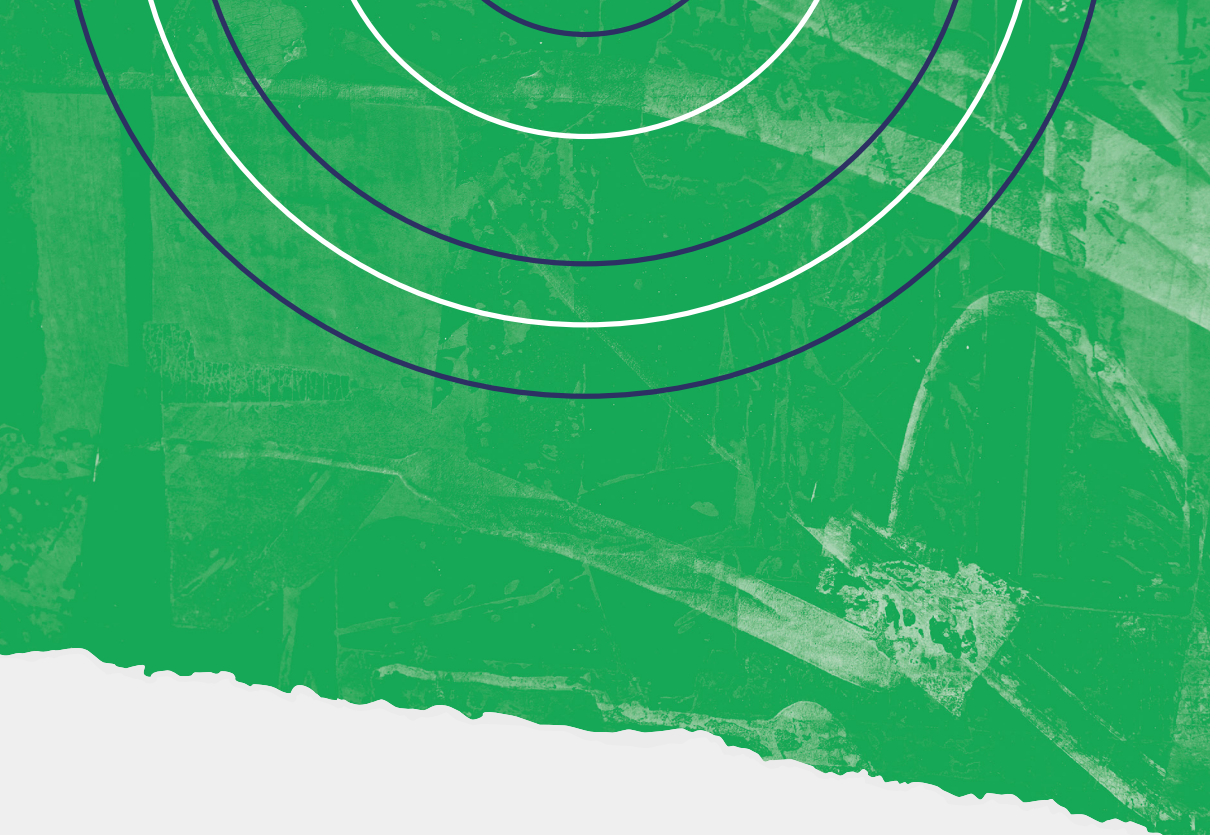
HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2014.

LÉVY, P.; LEMOS, A. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: Paulus, 2010.

MAINGUENEAU, D. **Discurso e análise do discurso**. Tradução de Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

ROLANDO, S. A dinâmica evolutiva da comunicação pública. *In*: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 23–37.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.



**CONEXÃO  
PÓS**

