



CONEXÃO COPÓS

SOLIDARIEDADE NA PESQUISA
E PERSPECTIVAS DE DOCÊNCIA

PROGRAMA DE
PÓS-GRADUAÇÃO EM
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

ECA
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

USP

CONEXÃO



PÓS

**SOLIDARIEDADE NA PESQUISA
E PERSPECTIVAS DE DOCÊNCIA**

Roseli Figaro
Gean Gonçalves
(Organizadores)

São Paulo
ECA-USP
2019

Expediente

Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Vahan Agopyan

Reitor

Prof. Dr. Antonio Carlos Hernandes

Vice-Reitor

Escola de Comunicações e Artes

Prof. Dr. Eduardo Henrique Soares Monteiro

Diretor

Profa. Dra. Brasilina Passarelli

Vice-Diretora

Profa. Dra. Vânia Mara Alves de Lima

Presidente da Comissão de Pós-Graduação

Comissão Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação

Profa. Dra. Roseli Aparecida Figaro Paulino

Coordenadora

Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

Vice-Coordenador

Profa. Dra. Maria Aparecida Ferrari (titular)

Profa. Dra. Claudia Lago (suplente)

Profa. Dra. Maria Cristina Palma Mungioli (titular)

Prof. Dr. Luciano Victor Barros Maluly (suplente)

Prof. Dr. Wagner Souza e Silva (titular)

Prof. Dr. Luiz Alberto Beserra de Farias (suplente)

Gean Oliveira Gonçalves (representante discente titular)

Beatriz Sequeira de Carvalho (representante discente suplente)

Catalogação na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

C743

Conexão pós: solidariedade na pesquisa e perspectivas de docência [recurso eletrônico] /
Roseli Fígaro, Gean Gonçalves (organizadores) – São Paulo: ECA-USP, 2019.
187 p.

ISBN 978-85-7205-264-1

1. Comunicação 2. Comunicação – Pesquisa I. Título II. Fígaro, Roseli III. Gonçalves,
Gean

CDD 23.ed. – 302.2

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

Conexão Pós: Solidariedade na pesquisa e perspectivas de docência

Organizadores

Roseli Figaro
Gean Gonçalves

Autores

Ana Flávia Marques da Silva
Aurilene Rodrigues Lima
Bárbara Doro Zachi
Camila Acosta Camargo
Céres Santos
Edilane Carvalho Teles
Emanuel de Andrade Freire
Jamir Osvaldo Kinoshita
Juliana Aparecida Galdino Gomes Wruck
Juliane Duarte Camara
Mariana Lima
Perivaldo Oliveira de Souza
Rodrigo César Castro Lima
Rogério Pelizzari de Andrade
Sonia Regina Soares da Cunha
Tissiana Nogueira Pereira

Conselho Editorial

Beatriz Sequeira de Carvalho; Clóvis Teixeira Filho; Daniela Afonso Ortega; Gabriella Feola; Gean Gonçalves; Naiana Rodrigues; Patricia Zimmermann; Priscilla Rezende Carvalho e Tariana Brocardo Machado.

Conselho Científico

Andrea Limberto (USP); Carlos Jorge Barros Monteiro (UFAM); Claudia Lago (USP); Cremida Medina (USP); Eneus Trindade (USP); Fernanda Castilho (Fatec/SP); Hertz Wendel de Camargo (UFPR); Lívia Silva de Souza (FIAM FAAM/Belas Artes); Luiz Alberto B. de Farias (USP); Maria Aparecida Ferrari (USP); Mara Rovida Martini (Uniso); Mateus Yuri Passos (Metodista); Mayra Rodrigues Gomes (USP); Monalisa Pontes Xavier (UFPI); Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira (UFCA); Rafael Rodrigues da Costa (UFC); Richard Romancini (USP) e Roseli Figaro (USP).

Capa e Arte

André Peruzzo

Projeto Gráfico e Editoração

Gean Gonçalves

Revisão de Conteúdo

Beatriz Sequeira e Jamir Kinoshita



SUMÁRIO

Apresentação

- 10** **Introdução**
Roseli Figaro

- 12** **Solidariedade como caminho para a pesquisa e a educação na atualidade brasileira**
Gean Gonçalves e Beatriz Sequeira

Abordagens metodológicas da comunicação

- 15** **Metodologia: um mergulho para ir além da aparência na construção do objeto**
Ana Flávia Marques da Silva

- 24** **Processos comunicacionais: caatingueiros atravessados por outros mundos**
Aurilene Rodrigues Lima

- 34** **Percepções dos professores sobre as referências musicais dos alunos: percurso metodológico**
Rogério Pelizzari de Andrade

Comunicação e práticas educativas

- 45** **Os espaços das aulas publicitárias como potencializadores de suas práticas pedagógicas: proposta de um framework**
Bárbara Doro Zachi

- 55** **Práticas de educomunicação no sertão do São Francisco: o bispado Dom José Rodrigues de Souza, em Juazeiro da Bahia**
Francisco de Assis Silva

- 64** **Discursos e práticas com a educomunicação na formação do pedagogo**
Edilane Carvalho Teles

Comunicação, narrativas e circulação de sentidos

- 75** **A experiência comunicacional através das histórias em quadrinhos**
Perivaldo Oliveira de Souza

87 O problema do mal e o jornalismo – (por) uma epistemologia da notícia
Rodrigo César Castro Lima

97 Os desafios da comunicação e as ONGs de mulheres negras no Brasil
Céres Santos

Mediações, linguagens e narrativas da televisão

109 A narrativa jornalística seriada da TV aberta no Brasil
Sonia Regina Soares da Cunha

120 A crítica de telenovela como operação de circulação de sentidos
Mariana Lima

130 Navegando com a telenovela — mediações, recepção e ficção televisiva em tempos transmídia: alguns apontamentos
Tissiana Nogueira Pereira

Comunicação, organizações e relações de trabalho

143 ONGs de comunicação: o trabalho orientado por uma causa social
Camila Acosta Camargo

155 O desafio da observação no mundo do trabalho dos carregadores da CEAGESP
Jamir Osvaldo Kinoshita

165 Relacionamento como estratégia de comunicação para fundadoras de startups
Juliana Aparecida Galdino Gomes Wruck

175 Comunicação pública nas empresas: uma proposta de interesse público
Juliane Duarte Camara

Apresentação

Introdução

Conexão Pós: Solidariedade na pesquisa e perspectivas de docência é o segundo e-book dos discentes do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da USP, que tenho a honra de apresentar. O tema não poderia ser mais atual e desafiador.

Somos um país com cerca de 210 milhões de habitantes, cuja população alcança em larga escala a faixa etária da juventude¹. Preocupa-nos a educação formal dessa população. Pesquisa e docência, nesse sentido, devem ser itens fundamentais em qualquer plano estratégico nacional. Preparar os fundamentos para atender mais de 30 milhões de jovens em um futuro próximo em universidades e centros de formação de nível superior e tecnológico é um desafio gigantesco a se enfrentar.

A universidade brasileira é uma instituição recente, nasce apenas no século XX, embora faculdades isoladas já existissem no século XIX com a chegada da coroa portuguesa. Nesse curto período, de menos de 100 anos, o Brasil construiu, segundo dados de 2017, do Censo da Educação Superior do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), 296 instituições de ensino superior públicas e 2.152 privadas. O Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), como órgão de fomento ao ensino e à pesquisa, e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), coordenadora da gestão da pós-graduação e da formação de professores, completarão 70 anos em 2021. Grande parte dessas instituições foram construídas por governos que, minimamente, tiveram uma visão de país soberano. Desse modo, os dados mostram o quanto é urgente avançarmos em termos de infraestrutura, de pessoal de pesquisa e de educadores para darmos perspectivas de formação à juventude que dela necessita.

Os discentes que estamos formando no PPGCOM são parte desse corpo vibrante que se dedicará ao ensino e à pesquisa nas instituições de ensino superior em um futuro próximo. No momento, eles e elas apresentam as pesquisas em andamento. Os temas do campo da comunicação, área estratégica para o desenvolvimento do país, de que tratam as dissertações e teses desses pós-graduandos, estão organizados nos capítulos *Abordagens metodológicas da comunicação; Comunicação e práticas educativas; Comunicação, narrativas e circulação de sentidos; Mediações, linguagens e narrativas da televisão; e Comunicação, organizações e relações de trabalho*. São 17 artigos com desenhos metodológicos, aproximações teóricas, reflexões sobre a abordagem empírica.

Especificamente, os trabalhos tratam de jornalismo, educomunicação, televisão, telenovela, narrativa, quadrinhos, mundo do trabalho, organizações; portanto, uma gama de objetos empí-

¹ Conforme o Estatuto da Juventude, de 2013, a faixa etária nessa fase vai de 15 a 29 anos; no entanto, órgãos como o Banco Mundial e a ONU propõem outras faixas de idade.

ricos tratados por abordagens teórico-metodológicas diversificadas que sustentam e orientam indagações, cuja imersão na pesquisa trará novas respostas para nosso conhecimento. Esses artigos, certamente, poderão iluminar futuros aspirantes a adentrarem no mundo da pesquisa. É importante salientar que a escrita dos artigos foi precedida de apresentação pública da pesquisa no evento científico anual do PPGCOM, ou seja, no Conexão Pós 2018. Esses trabalhos representam cerca de 12% das investigações em andamento no Programa de Ciências da Comunicação. Outros já publicaram em 2018, e outros estão em processo de finalização e defesa de seus trabalhos.

O PPGCOM passou, em 2019, por uma profunda reestruturação. Somos agora um programa com uma área de concentração — Ciências da Comunicação — e três linhas de pesquisa: Comunicação, redes e linguagens: objetos teóricos e empíricos; Processos comunicacionais: tecnologias, produção e consumos; e Comunicação: interfaces e institucionalidades. Esse formato, temos certeza, dará ainda maior coesão às pesquisas discentes e aos grupos de pesquisa coordenados pelos(as) orientadores(as). Nosso ânimo e disposição para aperfeiçoarmos nosso trabalho de ensino e pesquisa no PPGCOM é grande e conta com a participação engajada de docentes e discentes.

Os desafios da pesquisa e da docência precisam contar com a solidariedade da comunidade científica e do conjunto da sociedade porque a tarefa de abrir portas para o futuro de tantos jovens só pode ser enfrentada de maneira coletiva. Todos os discursos que renegam e mancham o nome de nossas universidades fazem, na verdade, cortar esperanças de futuro para muita gente. Mas nós não abandonaremos a missão que assumimos. A soberania de um país está na autonomia de produção de conhecimento e na formação de quadros para a produção de melhores condições de vida para a nação. Esse é o nosso compromisso. Tenho certeza de que os pesquisadores do PPGCOM estamos juntos nessa tarefa.

Não posso deixar de registrar o agradecimento aos representantes discentes: Gean Gonçalves e Beatriz Sequeira. A realização desse *e-book* deve muito a eles.

Roseli Figaro
Coordenadora do PPGCOM-USP

Solidariedade como caminho para a pesquisa e a educação na atualidade brasileira

Gean Gonçalves e Beatriz Sequeira*

O presente livro dá continuidade à proposta de comunicar para a sociedade brasileira as pesquisas em andamento no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. É, ainda, resultado das interações e conexões estabelecidas nos dias 5 e 6 de dezembro de 2018, durante a segunda edição do Conexão Pós, um evento dos discentes para os discentes.

Na ocasião, a partir da experiência adquirida no primeiro Conexão Pós, buscamos integrar e debater a produção científica de mestrandos e doutorandos do programa e, ao mesmo tempo, dar visibilidade aos estudos desenvolvidos pelos jovens pesquisadores no maior programa de pós-graduação da Escola de Comunicações e Artes.

Como representantes discentes, após um diálogo coletivo, tivemos o prazer de sugerir o eixo temático que guiou as atividades do 2^a edição do Conexão Pós: *Solidariedade na pesquisa e perspectivas de docência*.

A solidariedade indica o compromisso que as pessoas podem ter umas com as outras, a imprescindível conduta de reconhecer e se importar com os membros de uma mesma comunidade. Para nós, a pós-graduação é uma etapa de vida que deve ser experienciada com bem-estar, tranquilidade e felicidade; um momento para enriquecimento por meio dos saberes científicos, mas também é uma oportunidade de constituir laços de afeto e amizade.

Infelizmente, quadros de ansiedade, depressão e tentativas de suicídio têm se tornado cada vez mais frequentes entre estudantes de pós-graduação de universidades públicas brasileiras. Se o ambiente de pesquisa e trabalho está propiciando esse adoecimento, sair do silêncio e buscar formas de estar junto nos pareceu o caminho necessário para enfrentar esse cenário. Diante disso, convidamos Andrés Eduardo Aguirre Antúnez e Maria Luisa Sandoval Schmidt, professores do Instituto de Psicologia (IP-USP) para dialogar sobre saídas do isolamento, do adoecimento e formas de acolhimento ao outro dentro e fora da universidade.

Pensando nas perspectivas de atuação no ensino de graduação em comunicação e nas responsabilidades de ser professor ou professora no Brasil, abrimos outra frente de diálogo, no caso com a professora Margarida Maria Krohling Kunsch, do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo (CRP), e com a professora Mayara Luma Assmar Correia Maia Lobato, do Centro Universitário FMU | FIAM-FAAM. Ambas puderam compartilhar o histórico de crescimento dos cursos de graduação na área da comunicação, bem como os dilemas e perspectivas de quem irá atuar nas instituições de ensino superior privadas ou nas universidades públicas em contextos geográficos e culturais do país, para além de São Paulo.

Em 2018, o Conexão Pós possibilitou a exposição de 47 pesquisas de discentes que passaram pelo exame de qualificação. Os pesquisadores, em distintas etapas, estiveram reunidos com uma grande pluralidade de abordagens temáticas e de construções teóricas, metodológicas e epistemológicas, como pode ser visto nas oito mesas temáticas do encontro: Sentidos e experiências do jornalismo na contemporaneidade; Abordagens comunicacionais multimetodológicas; Contextos de censura e produção midiática; Comunicação e narrativas ficcionais; Linguagens, discursos e comunicação; Comunicação, cultura e consumo; Gênero, comunicação e representação; e Comunicação, organizações e relações de trabalho.

Parte dessas pesquisas os leitores poderá conhecer com profundidade nesta obra, que é fruto de empenho coletivo e voluntário de discentes e de docentes internos e externos à ECA-USP que estiveram na programação e na organização do evento, no conselho editorial e no conselho científico. Para todos, nosso mais profundo agradecimento. O que inclui, é claro, as autoras e os autores que compõem essa publicação.

Boa leitura!

* **Gean Oliveira Gonçalves** é doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. É mestre em Ciências da Comunicação pela USP e possui graduação em Jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Membro do grupo de pesquisa Epistemologia do Diálogo Social da ECA-USP. Atua em pesquisas sobre o ensino de jornalismo e em estudos de gênero e teoria queer na comunicação social.

* **Beatriz Sequeira de Carvalho** é mestra e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. Possui especialização em Gestão Cultural pelo Centro Universitário SENAC e bacharelado em Ciências Sociais pela PUC-SP. Membro do Observatório de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP desde 2015, tem nas HQs uma paixão que se tornou objeto de pesquisa.

Representantes discentes do PPGCOM-USP (2018/2019)

Abordagens metodológicas da comunicação

Metodologia: um mergulho para ir além da aparência na construção do objeto¹

Ana Flávia Marques da Silva

Jornalista e mestrandona Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Membro do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA. E-mail: contatoanaflaviamarques@gmail.com.

Resumo: A ruptura com a neutralidade axiológica no curso da pesquisa científica pode ocorrer de diferentes formas. Ela pode se dar a partir da concepção que se tem da relação sujeito-objeto, de reflexões que se materializam na escolha e no uso de termos conceituais e palavras-chave ou até mesmo na utilização de referências bibliográficas. Tais escolhas podem ou não passar pelo crivo do campo de conhecimento em que se atua, visto as disputas mais amplas e históricas no próprio campo e na sociedade. A partir de reflexões e decisões metodológicas e metódicas, o presente artigo busca demonstrar o caminho feito para aprofundar a análise sobre as relações de comunicação e trabalho em arranjos econômicos alternativos à luz do materialismo histórico e dialético.

Palavras-chave: Metodologia. Materialismo histórico e dialético. Comunicação e trabalho.

Introdução

Dentre os três paradigmas apontados por Lopes (2005) nas Ciências Sociais – 1) funcionalismo com base na elaboração de Durkheim; 2) weberianismo com base em Max Weber; e 3) o marxismo do alemão Karl Marx – há distâncias e também pontes teóricas que nos auxiliam a interpretar a sociedade contemporânea e os rumos civilizatórios.

Tanto o funcionalismo quanto o weberianismo têm importantes contribuições às Ciências Sociais e, junto com o marxismo, são considerados paradigmas porque estes ainda não foram superados, visto que o modo de produção capitalista em que foram assentados também não o foi.

Para o marxismo, após a interpretação e compreensão dos fenômenos, cabe o questionamento sobre como alterar o quadro real com determinadas ações concretas derivadas do processo de reflexão. Em **Teses contra Feuerbach** (1984), Marx encerra o texto respondendo aos idealistas: “Os filósofos se limitaram a interpretar o mundo de diferentes maneiras, mas o que importa é transformá-lo.”

É com esse intuito que usamos conceitos como uma imensa lupa que fornece apoio na apre-

¹ O presente trabalho foi realizado com o apoio do CNPq.

ensão das características de fenômenos que não são aparentes sem certas operações e generalizações. Nesse processo é importante demonstrar como se dá, no trajeto da pesquisa, o uso desses arcabouços teóricos e a forma específica demandada pelo centro de cada investigação científica.

Para tal explicitação, contamos com o apoio de autores como Friedrich Engels, Karl Marx, Cheputilin, Lopes e Thiollent, que nos ajudam a aprofundar a discussão metodológica e metódica e a evidenciar a importância dela em toda trajetória de pesquisa.

Materialismo histórico dialético

No esforço de entendermos as características da mídia alternativa, utilizamos o materialismo histórico dialético para tornar ainda mais evidente as operações metodológicas e epistemológicas selecionadas no percurso da dissertação. Usamos o exemplo de lupa porque acreditamos que é através do embate teórico e conceitual que conseguimos nos debruçar sobre certas características, cujas facetas dialéticas são capazes de serem definidas como categorias comuns a determinados fenômenos, reconhecendo-as como estruturais.

A elaboração da filosofia do materialismo histórico por Friedrich Engels e Karl Marx é um marco nas concepções acerca do desenvolvimento teórico e para a compreensão da sociedade na forma de sua totalidade, ou seja, desde a sua estrutura (econômica, material) até a interação entre os aspectos e elementos da vida social, das leis e forças motrizes que fazem com que a sociedade se movimente e se desenvolva. Os criadores do **Manifesto do Partido Comunista**² forneceram uma abordagem teórica e metodológica para compreender o conjunto da sociedade ao ilustrarem como as relações de produção e, propriamente, o embate entre capital e trabalho pode ser considerado o motor da história.

Para chegar em importantes teses, sínteses e antíteses, Marx e Engels se apoiaram no pensamento social mais avançado produzido até então. Fizeram a crítica à economia política desde Thomas Hobbes (1588-1679); à concepção de Estado, contrato social e poder absoluto; ao **Ensaio sobre o entendimento humano** e ao direito natural, empirismo, de John Locke (1632-1704); a David Hume e à **Investigação sobre a natureza humana**; à tradição britânica de economia política e a Adam Smith, Thomas Maltus, entre outros pensadores que os antecederam.

Antes da formulação marxiana, a principal tendência filosófica era o idealismo, o qual considerava a base espiritual o pilar da concepção do mundo, seja a divindade dos céus, seja a consciência “interior”, do indivíduo ou o absolutismo dos monarcas.

Ainda há inúmeros sinais da presença do idealismo em diferentes áreas, principalmente ele aparece em tendências que, na ciência, atribuem as principais mudanças históricas aos indivíduos e personalidades, isolando-os de movimentos mais amplos e de massas. A história que é contada apenas através de figuras, como os reis, os heróis, o militar etc., como se assim decidissem o destino dos povos, através de sua capacidade de “liderança”.

As teses de Marx e Engels também reconhecem o papel do indivíduo na história, mas mesmo

² Publicado pela primeira vez em 21 de fevereiro de 1848.

as ideias que orientam esses homens têm, em sua radicalidade, no sentido de raiz, as relações materiais e econômicas.

Para Karl Marx (1984, p. 221), as ideias “[...] da classe dominante são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é a força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, sua força espiritual dominante”. O excerto representa o lugar do idealismo e a versão da história da sociedade que até hoje é contada.

O conceito de materialismo histórico dialético só foi possível a partir da compreensão do movimento das contradições do sistema capitalista, da centralização da produção material e da definição das bases e da organização das duas classes – a burguesa e a operária. Foi justamente para municiar a classe que vende a sua força de trabalho, ou como atualmente é nomeada por Ricardo Antunes de *a-classe-que-vive-do-trabalho* (Antunes, 2002), que o materialismo marxista foi elaborado como condição da própria história.

A relação entre “pensamento e ser” marcou as principais discussões filosóficas em todo o desenvolvimento da humanidade. “Matéria e consciência”, “natureza e sociedade”, “homem e natureza” são temas que caracterizam a filosofia desde os seus primeiros pensadores. Mesmo se baseando na vanguarda do pensamento filosófico, o marxismo criticou desde o início os idealistas e os pré-materialistas, como Feuerbach que, segundo Marx e Engels (1984), “[...] quer objetos sensíveis, realmente distintos daqueles do pensamento; mas ele não concebe a própria atividade humana como atividade objetiva”. A crítica geral pode ser observada na seguinte afirmação de Marx em **A ideologia alemã**:

Toda concepção histórica, até o momento, ou tem omitido completamente esta base real da história, ou a tem considerado como algo secundário, sem qualquer conexão com o curso da história. Isto faz com que a história deva sempre ser escrita de acordo com um critério fora dela. A produção da vida real aparece como algo separado da vida comum, como algo extra e supraterrestre. Com isto, a relação dos homens com a natureza é excluída da história, o que engendra a oposição entre natureza e história. (MARX; ENGELS, 1984, p. 57)

Marx e Engels se apoiam na teoria da dialética de George Wilhelm Friedrich Hegel, o qual posicionava a contradição como parte do movimento de desenvolvimento do fenômeno. Porém, criticaram Hegel justamente por sua falta de visão materialista. Para o marxismo, a apreensão do movimento real se dá na análise das relações de produção. Diferentemente da crítica feita a Feuerbach que era materialista, mas não dialético; Hegel era dialético, mas não materialista.

Como podemos ver, Hegel, ao contrário de Aristóteles e de Kant, estabeleceu as categorias sobre uma base histórica e as apresentou em movimento e desenvolvimento em seu aparecimento e em sua formação. Entretanto, ele realizou tudo isso no plano da ideia pura, do pensamento puro, o que faz com que as categorias manifestem-se em sua obra não como graus do desenvolvimento do processo do conhecimento, pelo homem, do mundo exterior, mas como graus do desenvolvimento do pensamento puro e da ideia, em sua existência anterior à natureza. É por isso, se não foi por acaso, que, a despeito de seu gênio e de sua aptidão para prever a situação real das coisas, Hegel foi obrigado, para seguir os seus princípios idealistas e aplicá-los, a contradizer a todo instante a realidade e dela afastar-se. Mas, apesar disso, Hegel conseguiu em seu sistema incrivelmente artificial e contraditório das categorias, reproduzir uma série de ligações e

É da materialidade da contradição entre capital e trabalho que Marx e Engels entendem o propulsor da história, a luta de classes. Mas quais são as contradições que fazem o movimento dialético acontecer na história? Como compreender quais são as categorias de partida em que podemos iniciar a tomada de consciência? Como usar os movimentos dialéticos materialistas para compreender o nosso objeto de estudo na comunicação?

A partir da ideia de que a consciência é fruto da prática social, ou seja, “[...] que os homens, ao desenvolverem sua produção material e seu intercâmbio material, transformam também, com esta atividade a sua realidade, seu pensar e os seus produtos de pensar [...]” (MARX, 1984, p. 56), o ponto de partida para o movimento dialético e as categorias que refletem a relação “ser e natureza” podem serem considerados como passos iniciais para compreensão da dialética materialista.

Engels, em **Dialética da natureza** (1952, p. 55), afirma que “[...] é precisamente a transformação da natureza pelo homem e não a própria natureza como tal que é o fundamento mais essencial e mais direto do pensamento humano, e a inteligência do homem aumentou na medida em que ele aprendeu a transformar a natureza”.

Portanto, entendemos que as categorias que podem nos ajudar a desvencilhar “o nó” da questão para compreender a relação entre matéria e consciência são as categorias do campo da prática.

Lênin, ao ressaltar a interdependência da teoria e da prática, elevou a “[...] matéria a uma categoria filosófica que serve para designar a realidade objetiva dada ao homem por meio de suas sensações, que a copiam, a fotografam, a refletem e que existe independentemente das sensações.” (idem)

Elevar a matéria como categoria filosófica demarca o materialismo dialético de outras correntes idealistas que consideram que ela — a matéria — não possuí existência real, bem como também o distingue dos materialistas da Grécia antiga, os quais consideravam que a matéria era qualquer fenômeno de uma realidade também qualquer.

Segundo o materialismo dialético, a consciência não é uma propriedade universal da matéria, ela é própria apenas a certas formas altamente organizadas de sua existência e aparece somente em certo estágio de seu desenvolvimento. Entretanto, a consciência representa não uma manifestação contingente da matéria, mas o resultado necessário de seu desenvolvimento progressivo, a forma superior da faculdade que lhe é eternamente própria – o reflexo. A consciência é uma das formas do reflexo próprio a toda a matéria, a todas as coisas e fenômenos do mundo exterior. (CHEPTULIN, 2004, p. 78)

O desenvolvimento da consciência não é produto somente da atividade fisiológica. O filme **Kaspar Hauser** (1974), de Werner Herzog, nos dá pistas sobre o que acontece com a consciência quando o indivíduo está fora do sistema de relações sociais e sem interação com outros homens. Sem vida social, não há desenvolvimento da consciência.

De acordo com Cheptulin (2004, p. 79), “[...] a consciência é uma das formas do reflexo próprio a toda a matéria, a todas as coisas e fenômenos do mundo exterior”.

Assim, o reflexo está ligado não apenas à ação de uma formação material sobre a outra, mas também à interação em decorrência da qual cada formação material particular é, ao mesmo tempo, **refletora e refletida**. Ela reproduz sob uma forma específica as particularidades dos objetos e dos fenômenos que agem sobre ela e reproduz-se ela própria nas particularidades correspondentes desses objetos e desses fenômenos. (Idem, com grifo nosso)

A relação do ser com a natureza foi alterada desde que o homem passou a utilizar ferramentas para transformá-la. A partir dessa interação que inovou o comportamento do homem, após suprimir uma necessidade, logo veio outra a ser suprida, a de se comunicar com outros homens e desenvolver o reflexo e a consciência. Como nos aponta Engels, em **Dialética da Natureza** (1952, p. 174):

Essa atividade tornou-se uma forma necessária de ligação entre os seres que se distinguem do estado animal, entre eles próprios, de um lado, e com a realidade ambiente, de outro. Essa atividade os coloca em relações determinadas independentes de sua vontade, e assim os reúne em um todo único, organicamente ligado. Para que tudo isso possa surgir, funcionar normalmente e desenvolver-se, uma certa coordenação das ações dos indivíduos que a formam é necessária. Mas isso suporia tomar consciência dos objetivos e das tarefas, repartir as funções no processo de sua realização. Tudo isso tornaria necessária uma troca de pensamentos entre indivíduos que agem em comum. “Logo, os homens em formação chegariam a um ponto em que eles teriam reciprocamente alguma coisa para dizer”.

Essa é a ideia fundante da ligação dialética entre comunicação e trabalho. Sem trabalho não é possível haver comunicação; sem comunicação não há maneiras de realizar a atividade de trabalho. Isso desde o desenvolvimento da consciência humana até os dias atuais e, possivelmente – modalizamos para não termos uma visão determinista da história –, será no futuro. Junto com o materialismo histórico dialético utilizamos a ergologia (SCHWARTZ, 2010) como abordagem teórica metodológica para apreender a comunicação no trabalho.

Além da aparência: a construção do objeto empírico

A primeira reflexão que fazemos no nível metodológico da pesquisa e na fase de construção do objeto é sobre a necessidade de adquirir vigilância epistemológica nas operações e relações que serão feitas durante todo o percurso da pesquisa.

A crítica ao real transparente (LOPES, 2014) se faz necessária para a ruptura com o senso comum na busca de compreensão da lógica e das características dos objetos para ir além do que já é demonstrado, sem a aplicação de operações científicas e metodológicas.

Pode parecer um movimento óbvio, mas sem o olhar científico não conseguimos nos distanciar das implicações que a realidade impõe ao objeto, dando à aparência o estado de essência. Vale a pena citar a afirmação de Karl Marx, contida no volume III de **O capital**: “[...] toda ciência seria supérflua se a aparência, a forma das coisas fosse totalmente idêntica à sua natureza” (1894, p. 951).

Essa vigilância epistemológica é ainda mais necessária quando o sujeito tem relação direta com o seu objeto. Isso porque pode haver a tendência de naturalização de fenômenos que são

essenciais para se alcançar o aprofundamento de determinadas explicações da pesquisa ou, ao contrário, aumentar o impacto de questões que, individualmente são problemáticas na visão do pesquisador.

Isso não significa que defendemos a visão positivista de que quanto mais longe estiver o sujeito de seu objeto, mais conseguirá pesquisá-lo com profundidade. Essa tendência é realmente muito forte dentro do campo científico em que o sujeito é compreendido como sendo neutro, restando a “relevância epistemológica” ao objeto do conhecimento.

Lopes (2014) afirma que a principal “[...] inovação de Bourdieu é colocar ênfase na objetivação das relações de conhecimento [...]” e traz as próprias palavras do autor em que afirma que “[...] a reflexividade epistêmica deve ser epistemológica, coletiva e fundamentalmente antinarcisística”. (BOURDIEU apud LOPES, 2014, p. 3).

Objeto e conhecimento são frutos de relações produzidas coletivamente, assim sendo, a função do pesquisador não é individual. É fundamental que conste como referencial teórico certo “estado da arte” sobre o assunto, referências às outras obras em que são consideradas na produção da pesquisa – também compreendida como resultado de ação coletiva, por exemplo, com a contribuição da comunidade acadêmica em participação de eventos, grupos de pesquisas em que o conhecimento é discutido, socializado e referenciado dentro do campo científico da comunicação.

A relação sujeito-objeto também é refletida no conceito de reflexividade que, de acordo com Lopes (2010, p. 30), está presente desde Descartes quando este consagrou o “[...] cogito, ou seja, a capacidade da consciência de pensar-se a si mesma”. Para o marxismo, essa posição foi considerada um avanço por deslocar Deus do centro das discussões.

Segundo Giddens e Beck (2002) é “[...] a premissa clássica de uma teoria da reflexão da modernidade[...]" que defende a modernização das sociedades, como impulsionadora da capacidade de “[...] reflexão dos sujeitos sobre as condições sociais de sua existência e, assim modificá-las [...]" . Do mesmo modo, Bianchi (2006, p. 135) trata os “[...] mecanismos utilizados na apropriação de uma informação, uma mensagem, sempre como sociais, histórica e culturalmente construídos".

Outros autores, como Jean-Pierre Deslauriers e Michèle Kérisit (2008, p. 127), também discorrem sobre essa relação no processo de definição do objeto de pesquisa. De acordo com os autores, “[...] haveria dois modos de conceber e de construir o objeto de pesquisa: para uns, é preciso conhecer para modificar; para outros, é preciso conhecer para conhecer melhor [...]" . Para explicitar ainda mais os autores apoiam as ideias de Silverman:

Eu suspeito que as primeiras etapas da pesquisa se distanciam demasiado da lógica e da cronologia, como atestam as comunicações científicas. A maior parte da pesquisa está ligada ao acaso e a circunstâncias concernentes ao próprio pesquisador, no contexto econômico, social e político, no qual ele atua. (SILVERMAN, 1985, p.4)

Estudar a mídia alternativa, as relações de comunicação e produção discursiva exige um método que visa ao conjunto dos fenômenos e seus movimentos. Portanto, a materialidade

dos fenômenos da comunicação alternativa abriga um conjunto metódico que possa alcançar a percepção dessa totalidade que julgamos atingir com o materialismo histórico dialético, como já explicitado, e um conjunto de técnicas metodológicas.

De acordo com o materialismo histórico dialético, “[...] o conhecimento começa precisamente com a prática, que funciona e se desenvolve com base prática em que se formam as categorias nas quais são refletidas e são fixadas as ligações e as formas universais do ser.” (CHEPTULIN, 2004, p. 57)

Processo de investigação dinâmico com fases que dialogam entre si

O conceito de metodologia apresentado por Lopes (2012, p. 93) é utilizado duplamente como “metodologia *na* pesquisa e metodologia *da* pesquisa” (grifo nosso). Quando a autora fala de metodologia *na* pesquisa, ela está indicando os métodos aplicados no trabalho científico. Já quando discorre sobre metodologia *da* pesquisa, refere-se à investigação ou à teorização da prática da pesquisa, explicitado por Kaplan como a indicação do estudo da “descrição, explicação e justificação dos métodos e não os próprios métodos”. (KAPLAN apud LOPES, p.93)

Ainda nos apoioando em Lopes, “[...] um paradigma é sempre uma perspectiva teórico-metodológica, e uma problemática teórica traz sempre acoplada uma problemática metodológica, que são as estratégias usadas para a própria investigação de um objeto de conhecimento.”

A construção do método aplicado à comunicação é regida por dois princípios básicos. O primeiro é que a “[...] reflexão metodológica não é abstrata e distante da investigação da pesquisa”. O segundo é que essa reflexão é necessária para criar uma “[...] atitude consciente e crítica por parte do investigador quanto às operações científicas que realiza na investigação e quanto ao questionamento constante a que se deve submeter os métodos ante as exigências que a realidade lhe impõe”. (LOPES, 2014, p. 95)

No modelo de Lopes é definido “[...] essencialmente por uma dinâmica que resulta de uma rede de articulações verticais e horizontais tecida pelo raciocínio científico.” (2014, p. 97). Ou seja, o campo da pesquisa organiza o discurso científico e também é nele que o processo se realiza enquanto prática da ciência.

É importante ressaltar que esse olhar do curso da pesquisa não é feito com divisões das etapas da pesquisa de forma imutável, pois a complexidade dos objetos das Ciências Sociais exige “[...] interpenetrações de seus diversos níveis e voltas constantes entre as operações envolvidas em suas fases”. Essa interpenetração é feita de forma dinâmica e dialética em todo o caminho da pesquisa.

A escolha da metodologia deve ser refletida de forma articulada com a pesquisa desde os primeiros passos da constituição do projeto de pesquisa. Isso acontece de maneira implícita ou explícita com a adesão de um quadro teórico de referência. Esse processo precisa ser realizado de maneira consciente e não apenas para constar, visto que infere no curso e na forma das análises.

Diante desse cenário, é o objeto que governa o caminho metodológico que precisa ser percorrido. Por isso, estudar as relações de produção, trabalho e discurso na mídia alternativa requer um conjunto de técnicas que citaremos no próximo tópico desse artigo (ver figura).

A importância dos grupos de pesquisa

No início do percurso, o objeto científico é construído e é ele que determina a natureza da amostra. Em nosso caso, a aproximação metodológica se deu ao mesmo tempo na pesquisa do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), que está em segunda fase de desenvolvimento, intitulada *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*³.

Através dessa experiência, podemos afirmar a relevância para o pesquisador de estar inserido em um contexto maior, em um projeto coletivo de investigação. A pesquisa, assim, adquire profundidade mais ampla e faz com que a contribuição do pesquisador esteja relacionada a um estudo sistematizado e articulado com o histórico da linha de pesquisa. Esse processo precisa ser ressaltado como parte da metodologia da pesquisa, porque interfere e resulta em um processo dialético que posiciona e entrelaça os objetos e considerações das pesquisas em mútua colaboração de forma mais madura e até vigilante.

Desse modo, junto ao Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, problematizamos a importância e os limites do Mapa de Jornalismo Independente da Agência Pública⁴ para observar os critérios de incorporação de arranjos alternativos de comunicação, assim como no processo de uso da técnica da bola de neve (*snowball*), para que fossem acrescentados outros veículos e coletivos de mídia alternativa no estudo.

Após esse processo, identificamos categorias principais para organizar os arranjos alternativos em núcleos e subníveis para, a partir dessa organização, selecionar os 29 arranjos de mídia que foram entrevistados e participaram do grupo focal.

Figura 1 – Processo metodológico da pesquisa do CPCT



³ Resumo disponível em: <https://bv.fapesp.br/pt/auxilios/94453/as-relacoes-de-comunicacao-e-as-condicoes-de-producao-no-trabalho-de-jornalistas-em-arranjos-economi/>

⁴ Sobre o referido mapa, consultar: <https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>.

Como o processo coletivo também é composto por um conjunto de técnicas, conseguimos alargar a nossa compreensão para o papel e lugar de cada uma dessas operações no curso da pesquisa. Por exemplo, constatamos que a técnica de bola de neve, por se tratar de uma investigação sociocultural, privilegia a organização e a produção de conhecimento, indicando outros veículos até atingir o “ponto de saturação”:

O ponto de saturação é atingido quando os novos entrevistados passam a repetir os conteúdos já obtidos em entrevistas anteriores, sem acrescentar novas informações relevantes à pesquisa. É uma técnica de amostragem que utiliza cadeias de referência, uma espécie de rede (BALDIN; MUNHOZ, 2011).

Também foi significativo o processo de análise das categorias e a divisão dos arranjos alternativos em núcleos e subnúcleos para a definição da amostra. Foi nesta etapa que nos atentamos para a potencialidade de espaços inovadores e coletivos como o Ateliê do Bixiga, em São Paulo; e os arranjos de comunicação alternativa que trabalham no espaço: Jornalistas Livres, Opera Mundi, Outras Palavras e Pressenza.

Esse processo como um todo demonstra que o projeto de pesquisa é vivo e dinâmico e que são contribuições como essas que tornam a participação em grupo de pesquisa uma rica experiência de pesquisa em que a solidariedade ocupa o lugar da solidão, fazendo do próprio ato do pesquisador um lugar de *práxis* de sua concepção de mundo.

Referências

- CHEPTULIN, Alexandre. **A Dialética Materialista**: categorias e leis da dialética. Ed. Alfa-Omega, SP. 2004
- ENGELS, Friedrich. **Anti-During**. 2^aed. Paz e Terra. RJ. 1979.
- _____ **Dialética da Natureza**. 1952, Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/marx/1876/mes/macaco.htm>. Acesso em 18 nov. 2016.
- LOPES, Maria Immacolata V. **Pesquisa em comunicação**. São Paulo: Loyola, 12^a ed. 2014
- LOPES, Maria Immacolata V. Reflexividade e relacionismo como questões epistemológicas na pesquisa empírica em Comunicação. In: BRAGA, J.L.; LOPES, M.I.V.; MARTINO, L.C. (orgs.). **Pesquisa empírica em comunicação**. São Paulo: Paulus. 2010
- LOPES, Maria Immacolata V. Pesquisa de Comunicação: Questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom)**, v. 27, n. 1, 2004.
- MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Lisboa: Edições 70, 1993.
- _____ . **O Capital**. Crítica da economia política. Vol I, livro Primeiro, O processo de produção do Capital. Tomo I. São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Coleção Os Economistas).
- MARX, K, ENGELS,F. **A ideologia alemã**. São Paulo; Hucitec. 1985.
- _____ . **Cultura, arte e literatura**. Textos escolhidos. São Paulo: Expressão popular, 2010, p. 97 a 101,113 a 117; 151 a 156.
- _____ . Contribuição à Crítica da Economia Política. 2 ed. Martins Fontes. SP, 1983.
- POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa**. Enfoques epistemológicos e metodológicos. Editora Vozes: São Paulo, 2008.

Processos comunicacionais: caatingueiros atravessados por outros mundos¹

Aurilene Rodrigues Lima

Doutoranda do Programa em Ciências da Comunicação PPGCOM ECA/USP em parceria com a Universidade do Estado da Bahia DINTER, professora assistente da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Área de Concentração I: Teoria e Pesquisa em Comunicação 2: Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação. Orientadora Profa. Dra. Roseli Figaro.

Resumo: A presente pesquisa busca analisar o modo pelo qual os processos comunicacionais nos fazem ver as tensões, contradições e negociações entre o modo de vida tradicional dos caatingueiros e a implantação de projetos modernizantes. Este é um trabalho empírico. Os dados coletados já nos apresentam algumas informações sobre os processos comunicacionais praticados como ato político, vivenciado nas experiências cotidianas e desenvolvendo a enunciação de novos problemas pelos acontecimentos.

Palavras-chave: Processos comunicacionais. Caatingueiros. Modernização. Sertão. Semiárido. Discurso.

Introdução

Este artigo apresenta resumidamente uma pesquisa em andamento que estuda o modo pelo qual a comunicação nos faz ver as tensões, contradições e negociações entre o modo de vida tradicional dos caatingueiros do sertão do São Francisco frente aos projetos de modernização em curso nessa região.

O município de Sento-Sé localiza-se no extremo norte da Bahia, região Nordeste, área do Submédio São Francisco, interior do sertão e uma das regiões do semiárido brasileiro². Fica à margem direita do Lago de Sobradinho³, cercado por inúmeras serras. De clima semiárido, a vegetação predominante é a caatinga. De acordo com dados do IBGE⁴ (2010), o município está situado em uma área de 12.871,039 km², sendo a terceira maior extensão territorial do Estado da Bahia, com uma população de 40.703 habitantes.

Ainda hoje essa região mantém as características clássicas do sertão nordestino: criação de animais de forma extensiva, os denominados fundos de pasto e agricultura de subsistência. Os discursos de combate à seca norteavam as políticas governamentais e ditavam todo tipo de clien-

¹ O presente trabalho está sendo realizado com o apoio da UNEB, por meio da bolsa PAC.

² O semiárido brasileiro foi definido pela Lei Federal nº 7827, de 27 de setembro de 1989.

³ Um dos maiores lagos artificiais do mundo, criado para represar as águas do rio São Francisco para geração de energia elétrica.

⁴ IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

telismo e opressão à população. Na década de 1980 começam a surgir as proposições para a existência do território semiárido e as possibilidades dessa região com potenciais de desenvolvimento, agora pautados no discurso da “convivência com o semiárido”.

Segundo Lopes (1997), essa região foi inicialmente habitada pelos índios Cariris, provavelmente após terem sido expulsos do litoral pelos índios Tupis. Eles viviam nos lugares onde era possível pescar, caçar e colher frutos, como as serras, os brejos, as ilhas e as margens do rio São Francisco. Apenas bem recentemente pesquisadores têm registrado a existência de sítios arqueológicos nas áreas hoje pertencentes ao Parque Boqueirão, em Sento-Sé.

Historicamente esse território foi marcado por processos de colonização, primeiro com a domesticação e matança da população indígena, sendo este o período da conquista da região e extermínio de uma parte desses povos, e depois a prática de processos de submissão de “negros”, sendo esta uma denominação ampla, pois abrange toda a mão de obra, composta por africanos libertos ou foragidos, índios refugiados, portugueses degredados advindos de diferentes partes do país, para o desenvolvimento da pecuária extensiva, atividade que entrou em declínio ainda no século XIX. A pouca importância dada pelo colonizador a partir de então não significou a decadência do lugar; pelo contrário, foi um período de intensa produção de modos de existência (ASSY, 2014). Hoje materializados nas figuras dos beiradeiros⁵ e caatingueiros, povos que não existiam antes.

A caatinga é uma área enorme, são quase 900 mil m², percorrendo nove estados brasileiros⁶, habitado por cerca de 28 milhões de pessoas. É o maior bioma do Nordeste e o único exclusivamente brasileiro, mas somente agora está sendo visto como importante e, por exemplo, obtendo o reconhecimento de que os caatingueiros que nele vivem são povos tradicionais, conforme o que determina o Decreto nº 6040, de 7 de fevereiro de 2007. Esse reconhecimento, no entanto, não se traduz em ações práticas, uma vez que não são considerados pelo Estado e pelas empresas que adentram o seu mundo para explorar as suas riquezas.

Segundo dados da “Declaração da Caatinga”⁷, essa é uma das regiões mais densamente povoadas, considerando regiões climáticas similares no mundo; portanto, é imprescindível a conservação e uso sustentável dos seus recursos. No entanto, mesmo possuindo uma grande diversidade biológica, esse é o bioma brasileiro menos protegido e pesquisado. Cerca de 46% da vegetação original já foi perdida, em decorrência da exploração dos seus recursos naturais. Vale ressaltar que o que ainda existe foi exclusivamente protegido pelo povo caatingueiro.

Segundo Lopes (2012), a denominação caatinga pode se vincular tanto às caatingueiras existentes nesse território quanto ao significado indígena do nome, mata acinzentada. O fato é que esse é um bioma exclusivo do Nordeste brasileiro, caracterizando-se por alguns tipos comuns à vegetação, o tipo de solo, o índice pluviométrico e a temperatura, sem que haja uma homogeneidade dessas características. No entanto, há a predominância de arbustos, dispersão de árvores de grande porte, como umbuzeiros, mulungus, aroeiras, juazeiros, serras, serrotas, cactos, coroa

⁵ Camponês que vivia às margens do rio São Francisco, plantando nas suas margens ou nas ilhas. Na região do Baixo São Francisco era também conhecido como lameiro.

⁶ Alagoas, Bahia, Ceará, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe.

⁷ Publicada pela I Conferência Regional de Desenvolvimento Sustentável do Bioma Caatinga – A Caatinga na Rio+20, de 17 e 18 de maio de 2012.

de frade, xique-xique, mandacaru e uma grande variedade de plantas rasteiras e um converseiro danado entre homens, mulheres, crianças, mata, bicho e entre todos eles.

Quando chove, tudo muda, a caatinga e os caatingueiros. Tudo fica verde rapidamente, rios cheios, mata fechada e o converseiro dos caatingueiros no vai e vem da labuta do dia a dia. Quando a seca chega, tudo para um pouco. O cotidiano é mais lento, é tempo de usar o que guardou do tempo verde, de cuidar mais dos animais, de se lamentar e planejar o que virá, conforme nos relatou dona Maria (LIMA, 2014):

Meus pais vivia de roça. O rio enchia. Vazava. Aí todo mundo ia plantar. Se a planta era a mandioca, era o feijão, era o milho, era a batata. Tudo tinha na época da seca. Agora quando vinha de outubro pra novembro, tornava encher. Todo mundo ia desmanchar sua mandioquinha, botava sua tapioca, botava sua farinha dentro de casa, ia comer. Aí vinha enchente né? Quando a enchente tornava vazar todo mundo ia plantar.

A organização da produção na caatinga é estruturada de um modo tradicional pela existência de cacimbas, poços cavados no chão ou, mais recentemente, pela cisterna; chiqueiros para a criação de pequenos animais; currais para o gado; pequenos roçados para o tempo de chuva e a casa da família.

O livro **Caatinga e Caatingueiros**⁸ (LOPES, 2012) traz uma descrição densa dessa população. De acordo com esse pesquisador, os caatingueiros nem sempre existiram, se fizeram ao estabelecer relações com esse ambiente, através do conhecimento de seus aspectos naturais, pela fixação em uma determinada área. Com a estabilidade das pessoas, a caatinga passou a ser um lugar de trocas simbólicas e de experiências que foram se reproduzindo com o passar dos anos.

Como a experiência produz o homem? Como o caatingueiro se torna caatingueiro? Numa perspectiva deleuziana (DELEUZE, 2012), diria que, entre caatingueiros, na pessoa do caatingueiro. Os acontecimentos contribuem para ele expressar tudo aquilo que vive, experimenta, através de proposições, expressões da linguagem. Esses acontecimentos surgem do meio onde esse sujeito se constitui, é movimento, tensão. Um jeito de pensar antes do sujeito, um sujeito pré-social ou social possível, um pré-texto, não como explicação, mas como um campo problemático. Nesse sentido temos a figura do boi que ao ser introduzido na caatinga pelos colonizadores, como estratégia de ocupação, foi decisivo na formação do caatingueiro, através da formação do vaqueiro, personagem que se constituiu na lida com esse animal:

Vem no vaqueiro o índio, o negro, o português pobre. Não é uma síntese desses vários povos, mas, uma saída que fazia sentido a diferentes indivíduos que se viram apartados de suas tribos, de sua gente. A vaqueiragem despistava a atenção do colonizador e deixava o vaqueiro atuar (ASSY, p. 52-3, 2014).

Uma abrupta transformação dessa região aconteceu na década de 1970, quando as cidades de Sento-Sé, Remanso, Casa Nova e Pilão Arcado foram deslocadas para outros lugares em

⁸ Segundo o autor, a relevância dessa obra está no fato de que esse é um registro do que nunca foi registrado; a exposição do modo de vida de um povo muito comentada, mas desconhecida e, sobretudo, dizer ao Brasil que existe uma gente que se identifica como caatingueira.

virtude do represamento das águas do Rio São Francisco pela barragem de Sobradinho.

O deslocamento compulsório dessas populações alterou significativamente a organização social e espacial dos municípios afetados, assim como as relações espaço/tempo que os seus moradores tinham com a natureza e com as comunidades. (LIMA, 2014)

Atualmente, grandes transformações agitam a vida da população de Sento-Sé e, consequentemente, os processos comunicacionais em curso. A presença e atuação de projetos de modernização invadem o lugar: implantação de um Parque Nacional de Conservação, o Boqueirão da Onça, que tem como personagem principal a onça pintada. Esta tem sido motivo de acaloradas discussões e muitas controvérsias; a implantação de diversos parques eólicos, a partir da mais “recente” descoberta do setor: essa região tem os melhores ventos do Brasil; a instalação de garimpos para extração de ametista e cristal branco, tendo como referência principal, o garimpo de Quixaba, conhecido nacionalmente como similar ao de Serra Pelada e, mais recentemente, a notícia da instalação da mineradora anglo-australiana Colomi Iron Mineração para extração de ferro.

O decreto para instalação do Parque de Conservação é de 2018, mas as conversas e a presença de agentes externos para a sua implantação datam de 2006⁹; o “zum, zum, zum” sobre as torres para geração de energia eólica datam de 2009, mas a efetiva implantação dos parques é de 2014; o garimpo de ametista foi aberto por moradores do município em 2017 e o “converseiro” sobre a extração de minério de ferro data do fim dos anos 1990, embora a população já soubesse da existência de alguns minérios na região, a exemplo do cristal branco.

A população foi surpreendida pela imprensa, no início de abril de 2019, com a informação da instalação de uma multinacional no município para extração de ferro e construção de uma ferrovia na região, inclusive com a visita dos seus representantes. O jornal que publicou a notícia não mencionou o nome de Sento-Sé na matéria, se referindo assim ao local de instalação: “[...] *a mina da companhia fica a 200 km de Juazeiro.*” (BAHIA ECONÔMICA, 2019)

O modo como o professor Ananias, conhecido como Galo, nascido no Boqueirão da Onça, a partir da sua elaboração discursiva, nos faz ver os processos comunicacionais que se desenvolvem no contexto dessas transformações, nos instiga a considerá-lo neste trabalho como um importante intelectual orgânico, na perspectiva gramsciana. Sua fala, calma e articulada, faz uma descrição desse processo, mostrando o modo como organismos governamentais e empresariais atravessam o mundo dos caatingueiros.

Essa descrição nos faz ver como os processos comunicacionais desenvolvimentistas sempre ignoraram a existência dos moradores desse território. As pessoas “percebiam” as intenções, “identificavam” os responsáveis, mas, efetivamente, não participam dos projetos que chegam ao seu território:

É, veja bem, como morador do Município de Sento Sé, é, eu percebi, desde 1998, uma movimentação que chamou bastante atenção dos moradores, prin-

⁹ O governo federal, após um rápido e conflituoso período de discussão com organizações não governamentais e comunidades pertencentes aos municípios de Sento-Sé, Sobradinho, Juazeiro e Campo Formoso, todos no Estado da Bahia, através do decreto nº 9.336, de 5 de abril de 2018, criou o Parque Nacional do Boqueirão da Onça, com uma área de aproximadamente 347.557 hectares e a Área de Proteção Ambiental (APA) do Boqueirão da Onça, formando um mosaico de proteção com aproximadamente 853 mil hectares de caatinga.

cipalmente, das regiões mais acentuadas no Parque Boqueirão da Onça. Bom, uma equipe demonstrava interesse por mineração e essa ambição pelo minério também motivava os moradores da região a uma possível mudança radical por conta da descoberta de minérios. Se identificava essas pessoas como sendo ligadas aos governos, e, dizendo que a região era muito propícia à mineração. Na verdade, se falou até em minérios, em derivados minerais, que possivelmente eram restritos a exploração só a governos, como foi o caso do, do... aquele proibido, rapaz... como é o nome? Urânia! Só que não era, ali já era uma observação dos canais de vento que sopravam a região.

O contato com os moradores somente ocorre quando existe algum interesse comercial ou científico, como no modo em que os terrenos para a implantação dos parques foram adquiridos:

E a disputa rápida veio logo em seguida pela demarcação de terras. A compra por terras na região aconteceu também numa velocidade extraordinária, onde pequenos produtores, pequenos proprietários, receberam propostas boas em áreas até então desinteressantes para a região, porque eram áreas de sequeiro, geralmente acentuadas ou localizadas em montanhas, em topos mais altos, né. E nunca se imaginou que realmente a grande riqueza fortuna fosse o vento, um produto natural, né.

Mesmo os biólogos, ambientalistas, arqueólogos etc., adotam estratégias comunicacionais que, de certo modo, desconsideram a existência dessa população como construtores desse mundo e de si mesmos.

Então, também já existia uma outra frente na região que eram biólogos, técnicos e estudiosos na possibilidade de um mosaico ou de um Parque e também não diziam aos moradores qual é a finalidade principal, né. Então essas duas frentes de estudo e de pesquisa aconteciam paralelamente. É, eu me recordo bem que só começou a se identificar que era realmente o estudo biológico e o estudo natural na região a partir da identificação dos biólogos que começaram a ter que fazer contatos, amizades, entendeu? Criar vínculos, afetos com os moradores e aí começou-se a falar sobre as necessidades da conservação.

Todos esses projetos estão sendo implementados nos mesmos espaços/tempos no município de Sento-Sé, especialmente nas áreas de caatinga, nas serras e suas proximidades, através de um aparato discursivo e tecnológico do Estado e empresariais que atravessam o mundo de caatingueiros do sertão do São Francisco, ignorando os modos de existência dessa população, gerando um campo de tensão, contradição e de negociação que são neste trabalho problematizados no contexto de práticas discursivas que se diferenciam, se fazem e se refazem na arena de lutas do campo ideológico de cada segmento social.

As observações e entrevistas já realizadas nos indicam que os processos comunicacionais em curso podem nos informar sobre o que está ocorrendo acerca das transformações do lugar, mas principalmente o que está se manifestando na própria comunicação: uso de placas informa-

¹⁰ Segundo o autor, a relevância dessa obra está no fato de que esse é um registro do que nunca foi registrado: a exposição do modo de vida de um povo muito comentada, mas desconhecida e, sobretudo, dizer ao Brasil que existe uma gente que se identifica como caatingueira.

tivas/discursivas por agentes externos, indicando as transformações/ocupações e demarcações dos lugares.¹⁰

Figura 1: Parque eólico de Sento-Sé.



Fonte: do autor

Os discursos vagos, contraditórios, dos organismos governamentais e não-governamentais tem gerado muita aflição por parte dos moradores, especialmente a questão da retirada ou não de alguns deles, que criam animais de forma extensiva nos denominados Fundo de Pastos.

Isso gerou uma conversa muito preocupante na região, as informações eram distorcidas e somente no mês de setembro, praticamente setembro, outubro de 2018 é que o pessoal do ICMBio, é, resolveu começar uma conversa direta com os moradores. Mas até hoje, é uma conversa que não tá bem clara, explicada, porque fala-se na retirada de moradores. Então, dentro do plano de manejo, eles dizem aos moradores, nas reuniões que realizam, que não haverá necessidade da retirada dos moradores, mas limita o fundo de pasto. (GALO, 2019)

A implantação de parques eólicos em vários povoados do município tem se dado de forma impositiva pelas empresas. Uma das tensões existentes ocorre pelo fato de não haver uma comunicação clara, informativa e dialógica com a comunidade, como demonstrou a professora Francisca, moradora do povoado de São Pedro:

Eles tiraram de lá porque lá era menos o vento, eles não disseram, eles não chegaram a dizer, mas foi nós que descobrimos que lá não tinha o mesmo vento. Eles disseram que o nome não tinha nada a ver, mas a empresa é quem decide. Mas eles tinham feito para colocar lá. Eu não sei também se eles não fizeram para expandir no tamanho o projeto, que pra cá ficava lado a lado, e aí ficava mais extenso, eles tavam levando também pra Sobradinho e pra cá, essas de meu tio era bem cá, pra baixo. (Profa. Francisca, 2017)

A Brennand Energia é proprietária de oito parques eólicos nesse povoado. Segundo dados apresentados no site da empresa¹¹, o grupo é o maior fornecedor de energia elétrica nacional,

¹¹ Disponível em: <<http://www.brennandenergia.com.br/site/index.php?c=1>>. Acesso em: 8 jan. 2019.

para consumidores potencialmente livres, através de um consórcio entre a Brennand Energia Eólica S/A e a Companhia Hidrelétrica do São Francisco (CHESF).

O grupo Brennand Energia teve início em 2000 e, segundo o que consta na página virtual da empresa, a mesma “[...] profissionalizou-se e desenvolveu uma expertise própria de implantação das centrais hidrelétricas, de forma eficiente, racional e com sustentabilidade ambiental.” (BRENNAND ENERGIA, 2019)

No referido site aparecem em destaque os seus objetivos: gerar desenvolvimento, empregos e energia. E justifica dizendo que “[...] investir na força da natureza é nosso grande potencial. Mas, sem esquecer de preservar o meio ambiente e desenvolver nosso país.” (BRENNAND ENERGIA, 2019)

No entanto, os moradores da localidade, precisam pensar sozinhos sobre o que está acontecendo, um “bater de cabeças” como o povo diz:

Eu sei que houve escavação, eu tenho pena dos umbuzeiros, porque isso é muito nosso, cortaram os umbuzeiros que nós tinha muita amizade, eles cortaram para fazer estrada, eram quatro umbuzeiros, os bichinhos juntos, onde as ovelhas descansavam, mas nem deu certo a estrada. Eu sinto essas coisas, mas é do desenvolvimento. Mas ali também dependeu muito, nem foi do pessoal da empresa, mas dos daqui que tavam fazendo, que poderia dizer: não vamos fazer por aqui não, vamos fazer por aqui. (Seo Chicada, 2017)

Essas questões nos levam também a investigar as estratégias comunicacionais da população para enfrentar/conviver com as novidades, além das estratégias comunicacionais das empresas e dos governos (União, Estado, município) para a efetivação da instalação dos projetos.

Os agentes discursivos se constituem basicamente de representantes dos governos, através das legislações federal e estadual, do Instituto do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (INEMA), do Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais (IBAMA), da Prefeitura de Sento-Sé e da Secretaria do Meio Ambiente de Sento-Sé. Dos agentes das ONGs, como o Instituto da Pequena Agropecuária Apropriada (IRPA), a Comissão Pastoral da Terra (CPT) e o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), e as notícias vinculadas pela imprensa. Para a realização desta pesquisa estamos considerando como agentes discursivos da população os caatingueiros e os personagens conceituais já mencionados.

O esforço desta pesquisa é tornar audível as vozes dos caatingueiros, através das suas falas e as de seus representantes (orgânicos), uma vez que os dados já demonstram que não tem ninguém por eles do ponto de vista institucional. Além disso, os empresários e os representantes dos governos e das ONGs têm, cada um, sua voz; as onças também têm vez e voz, no entendimento dos moradores. Essas percepções dos sujeitos pesquisados já demonstram a complexidade da vida cotidiana como espaço de produção de sentido e, portanto, de criação e enfrentamento da realidade que lhes está sendo imposta.

Compreendo que os caatingueiros construíram processos e mediações comunicacionais próprios, em decorrência de terem sido ignorados historicamente, em meio a formas de colonização em que a ausência do Estado foi a estratégia de dominação. (ASSY, 2010) Esses processos praticados pelos caatingueiros não se vinculam somente ao que se diz, mas especialmente ao como

se diz. Fazem-se no ritmo das coisas, no dizer/comunicar fazendo. Um ato político, considerando ainda que o trabalho e a comunicação são atividades inerentes à constituição do humano. Essa é uma comunicação diferente, as palavras levam o pensamento até que aquilo possa ser dito. Faz-nos pensar.

No entanto, no imaginário social brasileiro, a caatinga é um lugar seco, inóspito, sofrido e os seus habitantes, os caatingueiros, subdesenvolvidos, rudes, ignorantes. Essas são as imagens dos homens e mulheres veiculadas nas matérias jornalísticas, em grande parte das obras literárias e dos discursos que dão sustentação aos programas de governos. (ALBUQUERQUE JR, 1999)

Em meio a essas tensões, contradições e negociações se destaca a experiência do povoado do Brejo da Brásida que, através de um processo organizativo e comunicacional complexo, está conseguindo dialogar com agentes governamentais e não governamentais no sentido da obtenção de garantias e melhorias para o povoado como, por exemplo, a transformação do lugar em área de amortecimento, portanto, sem as limitações do Parque de Conservação e, ao mesmo tempo, a aquisição de equipamentos e de infraestrutura adequada para os anseios da população, através de uma empresa de energia eólica que iniciou o processo de implantação de um parque na localidade. O objetivo da comunidade é transformá-la em um centro de pesquisa e conservação do bioma caatinga com a presença e contribuição dos moradores, algo que de certo modo já acontece. As conquistas dessa comunidade estão sendo possíveis, em grande parte, pelo modo como uma moradora tem mediado esses processos, articulando discursos e ações. Esse modo de agir também nos faz considerá-la como uma importante intelectual orgânica para o desenvolvimento deste trabalho.

Fundamentos teórico-metodológicos

Os fundamentos teórico-metodológicos que embasam e norteiam este trabalho se pautam nas questões que envolvem os modos de vida tradicional e suas formas de pensar (DELEUZE; MARTINS); os impactos da modernização/globalização e as novas formas do capitalismo (GRAMSCI; IANNI; SANTOS); pressupostos para uma outra comunicação (DELEUZE; WOLTON; FIGARO); as relações entre comunicação e cultura – as mediações do local, traduzidas por ritmo, ritualidade, tempo, espaço e experiência (MARTÍN-BARBERO); a comunicação como atividade lingüística (BAKHTIN; MAINGUENEAU).

Para o desenvolvimento desta investigação, estamos realizando uma pesquisa empírica de cunho etnográfico, através dos princípios da descrição densa, proposto por Geertz (2008), e dos aportes da filosofia da linguagem e da análise de discurso (AD) (BAKHTIN, 2009; 2010; ORLANDI, 1999; FOUCAULT, 1996; 1997), considerando que os processos comunicacionais são produzidos socialmente, no contexto de relações de poder e de práticas discursivas contraditórias, que se definem nessas práticas, com registro marcadamente oral por parte da população local e escrito/gráfico pelos agentes externos, refletindo visões de mundos distintos. Como os processos comunicacionais estão se dando? Quais sentidos estão sendo produzidos? O que, no modo como dizem ou escrevem, se mantém do passado e o que está mudando? Para tanto, estamos

realizando entrevistas abertas, observações do cotidiano e análise documental.

Inicialmente, realizei entrevistas com moradores do povoado de São Pedro, porque foi a partir desse lugar que comecei a formular as questões de pesquisa. Em seguida, fui deparar com a complexidade do campo pesquisado, o que me fez redefinir o campo problemático. Como decorrência desse processo, entrevistei outros atores, moradores de outras localidades e incluí novos documentos. Durante todo esse processo de pesquisa, me chegam informações de diferentes formas e diferentes lugares.

Para sistematizar todos esses acontecimentos, introduzi um personagem conceitual, identificado na obra de Antonio Gramsci (1985), **Os intelectuais e a organização da cultura**: o intelectual orgânico. Esse personagem nos possibilita refletir o lugar de quem pensa, neste caso, as transformações do município de Sento-Sé, na perspectiva da sua população, sobretudo a que vive na caatinga, área rural desse território. O conceito de território está sendo desenvolvido na tese a partir, também, do olhar desse personagem, tendo como referência o lugar do partido político, analisado por Gramsci, entendendo que a disputa política no campo tem mais a ver com as questões territoriais, uma vez que é a relação com a terra que está sendo posta em questão.

Resultados parciais da pesquisa

Esta pesquisa, mesmo em andamento, já nos faz ver processos comunicacionais constituídos de tensões, contradições e de negociações, estabelecidos no contexto de relações de poder, vivenciados entre o modo de vida tradicional e a imposição de projetos empresariais e governamentais modernizantes. A área da caatinga, sobretudo, está sendo palco de luta de diferentes ordens discursivas, enunciativas, com registro marcadamente oral por parte da população local e escrito/gráfico pelos agentes externos, refletindo visões de mundos distintos.

Nesse sentido, os processos comunicacionais que estão em curso possibilitam o enfrentamento das mudanças impostas pelos projetos que ora atravessam os seus mundos. Do ponto de vista dos caatingueiros, essa comunicação se constitui em um campo de forças mediada pelas diferentes linguagens que se estabelecem no cotidiano, através das conversações, vivenciadas nas experiências cotidianas e problematizações que vêm com os acontecimentos, a exemplo das várias interpelações que são feitas pelos moradores aos agentes externos quando a ocasião surge e das reuniões que agora se intensificam entre os diferentes agentes discursivos desses projetos.

Nesta etapa da pesquisa, já é possível que nos afetemos por um campo de forças e das tensões que o compõe, constituído por processos comunicacionais que expressam diferentes mundos e modos de existir/resistir.

Referências

- ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. Recife: FJN, Ed. Massangana, São Paulo, Cortez, 1999.
- ASSY, Maria Rita do Amaral. **A força inventiva da voz ignorada**. Tese (Doutorado em Psicologia Clínica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC – SP, 2014.
- BAKHTIN, Mikhail (VOLOCHINOV, Valentin Nikolaievich). **Marxismo e filosofia da linguagem**. 16 ed. São Paulo, Hucitec, 2009.
- _____. **Estética da criação verbal**. 5^a ed. São Paulo, WMF Martins Fontes, 2010
- DELEUZE, Gilles. **Empirismo e subjetividade**: ensaio sobre a natureza humana segundo Hume. 2^a ed. São Paulo: Editora 34, 2012
- FIGARO, Roseli. **Comunicação e trabalho**. Estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita Garibaldi/Fapesp, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- _____. **A ordem do discurso** – Aula inaugural no College de France. Pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo. Ed. Loyola: 1996.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1 ed. Rio de Janeiro: LCT, 2008.
- GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 5 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1985.
- IANNI, Octávio. **Enigmas da modernidade-mundo**. 3 ed. Civilização Brasileira, 2003.
- _____. **Teorias da globalização**. 8 ed. Civilização Brasileira, 2000
- _____. **A era do globalismo**. 8 ed. Civilização Brasileira, 2004
- LIMA, Aurilene Rodrigues. **Memórias dos lameiros do Velho Chico**: história da população transplantada para Quixaba, Sento-Sé BA. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, 2004.
- LOPES, Esmeraldo. **Caatingueiros e caatinga** – A agonia de uma cultura. Maceió: Gráfica Gráfipel, 2012.

Percepções dos professores sobre as referências musicais dos alunos: percurso metodológico

Rogério Pelizzari de Andrade

Doutor e mestre em Ciência da Comunicação pela ECA/USP, especialista em Gestão de Processos Comunicacionais pela ECA/USP e graduado em Jornalismo e em Publicidade e Propaganda pela Universidade São Judas Tadeu (USJT). É membro do grupo de pesquisa Mediações Educomunicativas (MECOM). Email: rpelizzari@usp.br.

Resumo: Apresentaremos um recorte específico da tese de doutorado defendida em março de 2019, que trata da opinião dos professores acerca da utilização das referências musicais dos alunos no processo de ensino-aprendizagem. Será abordado o percurso metodológico do estudo, a partir do período de elaboração e submissão do relatório para avaliação da banca de qualificação no início de 2017. Indicaremos a estratégia de pesquisa adotada em função das transformações ocorridas desde então.

Palavras-chave: Referências musicais. Alunos. Professores. Metodologia. Pesquisa.

Introdução

Há o entendimento comum entre os acadêmicos das Ciências Sociais de que a pesquisa é um processo. Concebida a partir de modelo teórico-metodológico interdependente, ela se desenvolve ao longo de dado período, no decorrer do qual o acúmulo de conhecimento em torno do objeto tende a provocar revisões de perspectivas, com impactos em suas diferentes “fases”. Como afirma Lopes, “[...] apesar da representação sequencial da pesquisa implicada na divisão em fases, estas não são absolutamente autônomas nem estanques”. (2005, p. 135)

O estreitamento da relação com autores que dialogam com o problema, com as hipóteses e com os objetivos de pesquisa; o levantamento de outras fontes de conhecimento, como matérias jornalísticas, filmes e pesquisas realizados por institutos independentes, entre outros, que de alguma forma tratam do tema; as transformações sociais, culturais e tecnológicas que eventualmente possam exercer alguma influência sobre o objeto; e até as atividades concorrentes à pesquisa de campo, como o levantamento e análise de dados: todas as interfaces do trabalho científico se afetam mutuamente:

Nas Ciências Sociais, o próprio objeto é dinâmico e mutável porque os problemas estudados são fenômenos históricos, instituições, relações de poder, classes

sociais, manifestações culturais etc. E o que muda não é somente o dado ou o objeto. As próprias “verdades” e “comprovações” produzidas por essas ciências se relacionam com o processo histórico. (LOPES, 2005, p. 37)

A definição dos aspectos metodológicos, assim como o levantamento, organização e análise de dados, foi determinante para a reorientação do problema e, por consequência, da própria questão metodológica e das etapas subsequentes de nossa pesquisa. As impressões decorrentes da aplicação do piloto em uma escola estadual do bairro do Ipiranga¹, no segundo semestre de 2016, estimularam não uma mudança radical de rota, mas o melhor direcionamento da investigação. Mesmo na retomada do trabalho de campo, no início de 2018, a tese continuou sendo atravessada pela necessidade de adequações.

Entendemos que resgatar ao menos o percurso do que há de essencial nessas mudanças será importante para esclarecer as razões que determinaram a nossa *estratégia de pesquisa*, isto é, os motivos que nos levaram a escolher os tipos, os modelos e instrumentos, com a definição de suas características e abrangências, dos critérios para a escolha do universo, do período de sua execução, dos meios e formas utilizados para organizar e analisar os dados levantados. A ação também nos permitiu fazer o exercício de autocrítica e observar em que medida não nos perdemos da *vigilância epistemológica e metodológica da pesquisa*. Queríamos nos certificar de que, ao nos envolvermos com o tema e com os elementos que orbitam ao seu redor, somados às percepções decorrentes dos primeiros resultados e dos pressupostos formulados antecipadamente, não enveredarmos por aquilo que Bourdieu *et alii* (1988) define como “aptidão para inventar.” (p. 16)

Quando nossos pressupostos teóricos nos levaram a formular o problema que justificou a tese, o que nos interessava, sobretudo, era a percepção dos professores. Eram suas opiniões, suas perspectivas, suas visões o que principalmente buscávamos investigar. Nosso objetivo central era identificar como eles percebiam a possibilidade de utilizar nos processos de aprendizagem *as músicas que os alunos gostam*. Não qualquer música, mas exclusivamente aquelas que os jovens ouvem com frequência e compartilham entre si. Elas teriam, de acordo com o entendimento dos docentes, um potencial para fins educacionais? Logo percebemos que, antes de captar o que os mestres tinham a dizer sobre os artistas e as canções mais consumidas pelos aprendizes, seria necessário traçar um perfil destas preferências. Elaboramos, então, um questionário que, além de perguntas sobre os gêneros musicais favoritos, tinha por interesse identificar certos traços deste comportamento consumidor.

Em princípio, o levantamento de informações com os alunos, apesar de importante, assumia papel secundário na pesquisa. A própria atividade que nos permitiu distribuir o formulário entre 133 adolescentes do ensino médio foi preparada sem que houvesse algum interesse específico na investigação e assimilação do que poderíamos denominar *referências musicais*. Por sugestão da diretora, todos os participantes foram levados para o teatro da unidade de ensino, onde não havia a melhor infraestrutura para o preenchimento. O espaço não dispunha de cadeiras e os

¹ O piloto foi aplicado na escola Visconde de Itaúna, que contava à época com 1.719 matrículas de alunos dos ensinos fundamental I e II e do ensino médio.

estudantes foram obrigados a usar o chão como apoio. O grande número de pessoas no mesmo ambiente acabou por reduzir nossa possibilidade de observá-los de maneira mais atenta e inviabilizou um atendimento personalizado para aqueles que tivessem algum tipo de dificuldade ou – quem sabe – que viessem a contribuir com sugestões, comentários, observações etc.

Nossa percepção na época era de que aquelas condições de aplicação não comprometeriam o objetivo da pesquisa. Buscávamos elementos concretos: Durante quanto tempo escuta música? Por qual meio/suporte/mídia? Quais artistas? Quais gêneros? Funk? Samba? Sertanejo? O fato dos questionários serem preenchidos naquele ambiente e não em sala de aula se tornou irrelevante. Tanto quanto os alunos estarem misturados, isto é, matriculados no 1º, no 2º e no 3º ano, todos juntos e ao mesmo tempo. Entendíamos que não havia um lugar específico para que o formulário fosse aplicado.

A percepção se manteve ao longo das ações subsequentes desta etapa da pesquisa, qual seja, a tabulação e organização dos dados, a identificação de elementos relevantes, a elaboração de uma pauta de perguntas e de uma apresentação para expor os resultados e estimular o debate.

As mudanças tiveram início a partir da conversa com os professores. O que mais nos chamou a atenção naquela experiência foi o indicativo de que havia um profundo desconhecimento por parte dos docentes sobre a relação dos estudantes com a música. Qual seria nossa provável percepção sobre o potencial mediador de um produto cultural em relação ao qual não temos conhecimento senão perfuntório?

Depoimentos colhidos na ocasião revelaram que a música era eventualmente utilizada como recurso de aula. Algumas experiências de uso variado no processo de ensino-aprendizagem foram relatadas, mas nenhuma estava relacionada às preferências dos alunos. Quando convidados a opinar sobre o que achavam desses gêneros musicais, os mestres variaram entre uma minoria que procurava estabelecer o distanciamento respeitoso – com o esclarecimento prévio de que, apesar de não gostarem, achavam uma manifestação legítima –, e uma maioria de críticos, com alguns dos participantes, no limite, lançando mão de expressões como “lixo” e “porcaria”. Apenas duas professoras se valeram do termo “cultura” e uma, dos quase 40 que participaram da dinâmica, fez referências concretas à possibilidade de utilizar tais produtos culturais no processo de ensino-aprendizagem. Houve ainda quem genericamente concordasse que o uso seria possível, mas sem oferecer maiores indicativos de como fazer.

De todo modo, o que mais se evidenciou no encontro de pouco mais de duas horas foi que os professores têm um conhecimento superficial das preferências dos educandos. Os comentários, em geral negativos, eram genéricos, sem citação específica a determinada música, cantor ou banda. Todos trataram do estilo – o forró, o samba, o rap, o sertanejo etc. –, de forma mais abrangente, ou citaram alguma obra ou artista já antigos. É o caso de uma professora que em uma de suas falas se referiu ao *hit* **O baile todo**, do grupo de funk carioca Bonde do Tigrão. Em primeiro lugar, ela não sabia o nome correto da canção e a nomeou a partir da expressão mais popular da letra: “só as cachorras”. Em segundo lugar, a obra foi gravada em 2001 e não perten-

ce ao repertório mais frequente dos adolescentes de hoje². Contudo, foi citada como um exemplo de faixa ainda amplamente consumida.

Outro aspecto que reforça esta percepção foi a reação dos educadores a uma das informações apresentadas durante nossa explanação inicial. Eles se surpreenderam com a relação de 26 MCs produzida a partir dos *hits* relacionados pelos estudantes na folha de pesquisa. Todos imaginaram que seria um número inferior a dez.

Parte desta compreensão foi apontada em nosso relatório e discutida posteriormente com a banca de qualificação. No período imediatamente posterior a esta etapa da pesquisa, retornamos ao conjunto de dados obtidos com o corpo discente da escola do Ipiranga e iniciamos a catalogação dos trabalhos e dos artistas apontados pelos alunos³, que consistia no levantamento da grafia correta de nomes, títulos, data de lançamento e identificação de gêneros. Todas as canções que nós não conhecíamos eram ao menos parcialmente ouvidas. Por intermédio deste levantamento, descobrimos que ignorávamos 32,7% dos artistas e 67,2% das músicas. Outras 27,4% tínhamos ouvido, mas desconhecíamos ou o seu nome ou de seus compositores/intérpretes ou de ambos.

Queremos dizer que, retomando o *exercício de autocritica* ao qual nos referimos logo no início do presente artigo, ao analisarmos mais atentamente os dados, concluímos que nós mesmos, que julgávamos ter ao menos um relativo conhecimento a respeito das também já citadas *referências musicais* dos jovens, estávamos igualmente desinformados delas.

A reflexão sobre o tema acabou por provocar o natural reposicionamento do problema e, por consequência, dos objetivos de pesquisa. Entendemos que o ponto central do estudo deveria se deslocar para os alunos. Com isso, não estamos sugerindo que deixamos de nos interessar pelo olhar do professor, mas que teríamos de investir um esforço maior à compreensão de quais são, afinal, as *referências musicais* dos alunos, uma vez que parece se evidenciar aqui uma questão cara a nós outros pesquisadores do campo de intersecção entre a comunicação e educação.

Há uma tradição de autores que partem do conceito de dialogia de Mikhail Bakhtin para desenvolver teorias, estudos e trabalhos empíricos voltados à cultura das classes subalternas. Entre eles, poderíamos destacar (i) o interesse dos estudos culturais pela classe operária, suas atividades cotidianas, a relação com os meios de comunicação, as formas de consumo e entretenimento (WILLIAMS, 1977); e (ii) a valorização de uma relação comunicativa no processo de ensino-aprendizagem, como defendida por Paulo Freire (1998), mediada pelos elementos de constituição de sentido; uma forma de pensar a educação forjada no reconhecimento e na valorização da experiência do aluno, de seus anseios e expectativas, de seus produtos culturais, enfim, daquilo que orienta sua vida de alguma forma.

Como dialogar se não conhecemos nem nos esforçamos para conhecer a cultura do outro? Ou escutar – para ficarmos na metáfora do trabalho – não seria, em primeiro lugar, uma predisposição para escutar – o que pressupõe também uma vontade de escutar? Os professores não estariam desinformados – para não dizer desinteressados – a respeito do que circula entre os

² Ao longo da aplicação da pesquisa de campo subsequente, colecionamos mais de 4 mil citações de músicas, feitas por cerca de 1,5 mil alunos. Nenhuma delas foi para “O baile todo”.

³ Na décima questão do questionário, o aluno poderia apontar até três músicas de que eles mais gostavam de ouvir.

alunos, suas práticas culturais, suas relações e formas de se relacionar? Considerando que as referências musicais destes jovens fazem parte dos elementos de sua cultura, em que medida não deveríamos ter um conhecimento mais amplo sobre ela?

Percebemos, portanto, a necessidade de ampliar o espectro de dados a serem colhidos junto aos estudantes sobre o que ouvem, como ouvem, onde ouvem... Inclusive para que fosse possível enriquecermos e tornar mais amplo o debate com os professores. Passamos a entender, aliás, que uma das variáveis que incorporaríamos entre os objetivos da pesquisa era justamente o grau de conhecimento dos mestres em relação ao tema.

Diante destas questões, decidimos rever as *estratégias da pesquisa*, com o estabelecimento de critérios que buscassem oferecer maior clareza a respeito das *referências musicais* dos alunos. Antes de prosseguirmos com o encaminhamento das opções sobre o tipo, os instrumentos e o universo da pesquisa, julgamos oportuno esclarecer o que, para efeito deste trabalho, consideramos *referências musicais*.

Sobre referências musicais

Tendo em vista as questões discutidas no percurso teórico, o problema e objetivos de pesquisa e os anseios que introduziram nossos pressupostos metodológicos, as *referências musicais* dos estudantes foram levantadas a partir de três eixos específicos. São eles:

1. Hábitos e comportamentos – a ideia foi levantar dados que indicassem o quanto a música atravessa o cotidiano dos estudantes. Observamos *em que medida a música está presente na vida destes jovens*.

2. Preferências – pretendíamos levantar informações mais específicas sobre *o que eles gostam e não gostam de ouvir*. Interessava-nos saber se é possível destacar os favoritos e se a escolha obedece a algum tipo de padrão.

3. Formas de interação – o terceiro e último eixo a ser considerado se vincula à música e à sua presença nas relações sociais dos alunos. Tínhamos a intenção de investigar a existência de formas concretas de conexões entre os estudantes por meio da música.

As definições do tipo, dos instrumentos e do universo da pesquisa foram direcionadas por estes três eixos estruturantes. Tais encaminhamentos tiveram impacto tanto na primeira etapa, que foi desenvolvida com estudantes de cinco escolas da rede pública de ensino do Estado de São Paulo, todas elas localizadas na capital, quanto na segunda, que envolveu os professores de três destas mesmas escolas.

Modelo de pesquisa

O estudo teve início com a realização de uma pesquisa bibliográfica, que foi orientada pelo levantamento das produções científicas já existentes. Na execução daquela que Lopes (2005, p. 39) chama de “*pesquisa bibliográfica*⁴ específica”, também cuidamos de identificar autores que nos permitissem entender qual é o “estado de conhecimento”, com interesse particular nos “modelos teóricos” e “nos conteúdos temáticos objeto de investigação”, de maneira a estabelecer as

⁴ Grifo da autora.

delimitações características do trabalho científico:

[...] a primeira fase da pesquisa empírica é constituída por operações de caráter totalmente teórico feitas sempre em função do fenômeno de comunicação que se quer investigar. Assim, o quadro de referência acaba delimitando teoricamente o problema de pesquisa e os alvos de toda a investigação. (LOPES, 2005, p. 137)

Já por ocasião da realização do piloto, havíamos compreendido que não lançaríamos mão de uma pesquisa quantitativa. Ainda que o questionário sempre tenha sido um dos instrumentos considerados prioritários para a captação das referências musicais dos alunos, também reconhecemos que não teríamos condições materiais nem humanas para alcançar uma amostra em volume e proporções adequados.

Gostaríamos de elucidar que, a despeito da ausência do rigor estatístico formal, estabeleceremos como um dos critérios de nossa estratégia de pesquisa que seria aplicada o maior número possível de formulários. A intenção era reunir uma massa de dados robusta e, apesar de termos optado por uma amostra não-probabilística⁵, mantivemos certa proximidade com alguns dos aspectos que marcam os trabalhos estatisticamente representativos. Confirmando o que descreve Chizzotti (2010), pelo menos no que tange à coleta de dados sobre os alunos, “[...] a pesquisa reconhece a relevância dos objetos materiais e privilegia a necessidade de encontrar a frequência e constância das ocorrências”. (p. 24)

Somado à ausência de base estatística, o que caracteriza nossa pesquisa como qualitativa é o fato de que, ao lado deste instrumento objetivo, também foram aplicados outros, como reuniões com os professores para discussão sobre os dados levantados junto aos alunos e a observação, que foi complementar e concomitante à aplicação dos questionários. Além disso, a organização e interpretação destes dados exigiram métodos diversos, mais afeitos a aspectos subjetivos, uma vez que estão ligados à interação humana e, como esclarece Chizzotti:

[...] se o pesquisador supõe que o mundo deriva da compreensão que as pessoas constroem no contato com a realidade nas diferentes interações humanas e sociais, será necessário encontrar fundamentos para uma análise e para a interpretação do fato que revela o significado atribuído a esses fatos pelas pessoas que partilham dele. Tais pesquisas serão designadas como qualitativas, termo genérico para designar pesquisas que, usando, ou não, quantificações, pretendem interpretar o sentido do evento a partir do significado que as pessoas atribuem ao que falam e fazem. (CHIZZOTTI, 2010, p. 28)

Ao escolhermos o caminho dos métodos qualitativos, indicamos que os resultados alcançados não são passíveis de generalização. Pretendíamos, em outra direção, que a análise dos dados feita à luz do quadro de referência teórica nos ajudasse a encontrar indícios, sinalizações e tendências. Esclarecidas as questões preliminares do percurso metodológico, nos quais se incluem a ampliação do papel das referências musicais dos alunos, a descrição de quais aspectos destas referências foram admitidos para a concepção do trabalho de campo e do próprio modelo de pesquisa, apresentaremos a seguir os parâmetros estabelecidos para a execução do estudo.

⁴ Como afirma Lopes: “Na amostra não-probabilística, a inferência estatística não pode ser legítima, uma vez que o pesquisador não conhece a probabilidade que cada unidade tem de ser selecionada para fazer parte da amostra. Neste caso, a amostra é dita significativa ou de representatividade social (não-estatística), e os métodos de tratamento dos dados são qualitativos”. (2005, p. 145)

Técnica de coleta e seleção de dados

A definição dos instrumentos e dos critérios utilizados no levantamento das informações, no estabelecimento do universo e dos procedimentos adotados durante a aplicação, tabulação e análise da pesquisa cumprem a finalidade de tornar mais transparente o processo e dirimir dúvidas de como ele se desenvolveu. Se, por um lado, a medida contribui para dar mais legitimidade ao trabalho e é indicativo da racionalização metodológica, por outro ela expõe as limitações e o caráter excludente do método e das respectivas técnicas selecionadas, evidenciando também aquilo que ficou de fora, as restrições impostas pela necessidade de recortar, especificar e determinar o olhar. Para Lopes:

Longe de constituir uma forma neutra e controlada de elaboração de dados, as técnicas de coleta e de seleção supõem um conjunto de retenções e de exclusões, as quais são tanto mais perniciosas quanto mais permanecem inconscientes. Deve-se então realizar na prática a crítica à falsa neutralidade das técnicas, seja no momento da opção das técnicas dentro da estratégia metodológica de uma pesquisa, seja por ocasião da construção dessas técnicas. (LOPES, 2005, p. 132)

Selecionamos um conjunto de recursos amplamente utilizado em pesquisas qualitativas e que, de acordo com suas características, atendiam aos desafios gerais de nosso problema e aos objetivos decorrentes. A combinação e adaptação dos instrumentos, com o delineamento de tópicos específicos, permitiram que nossas necessidades particulares fossem atendidas. Tal mecanismo não deixou de expor fragilidades, mas também não tínhamos a intenção de nos furtarmos ao compromisso de torná-las evidentes. Na medida do possível, tratamos de propor o diálogo, justificando decisões e escolhas.

Retomando o princípio norteador de nosso estudo, isto é, o mapeamento das referências musicais dos alunos e qual a percepção dos professores em relação a elas, parece claro o entendimento de que, em primeiro lugar, as atividades de campo seriam desenvolvidas em dois momentos: (i) inicialmente, procederíamos com a captação junto aos alunos; e (ii) posteriormente, promoveríamos o debate com os professores. Em segundo lugar, para cada uma das etapas, teríamos de criar e executar ferramentas distintas.

Instrumentos de pesquisa: alunos

O questionário foi o principal recurso utilizado para a coleta de informações entre os alunos. A decisão foi tomada por conta de sua eficiência na obtenção rápida de um número expressivo de dados, de forma objetiva e homogênea. Buscamos criar um formulário que abarcasse a maior quantidade de informações de interesse da pesquisa, sem nos distanciarmos de uma estratégia pautada pela concisão. Isto porque entendímos que seria fundamental desenvolver uma atividade que: (i) os alunos não considerassem cansativa e da qual sentissem disposição de participar; (ii) fosse aplicada em período entre 10 a 15 minutos, de maneira que não comprometêssemos a dinâmica da aula de forma excessiva e tivéssemos condições de alcançar o maior número de salas⁶; e (iii) os dados levantados não superassem nossa capacidade de análise.

Pautados por tais prerrogativas, desenvolvemos um formulário a ser preenchido pelos pró-

prios alunos, que contava com dez questões, dentre as quais nove eram objetivas. De acordo com os testes preliminares, feitos durante o piloto e em outras experiências avulsas, eram necessários, em média, 12 minutos para a sua finalização. O documento se dividia em três blocos que, tendo como base os predeterminados anseios acerca das *referências musicais*, se organizavam da seguinte maneira:

- **Perfil básico** – nas duas primeiras questões, os alunos tinham de apontar basicamente sua idade e o sexo;
- **Hábitos e comportamentos** – para observar *em que medida a música está presente na vida destes estudantes*, desenvolvemos cinco perguntas, que buscavam identificar sobretudo a mídia utilizada por eles, a frequência em que ouviam música e em quais lugares; e
- **Preferências** – as três questões restantes exploravam *o que eles gostam e não gostam de ouvir*, focando nos gêneros, nas canções e nos artistas.

Complementarmente ao questionário, a partir da segunda sala de aula em que aplicamos a pesquisa, decidimos desenvolver uma pauta de referências, que pudesse nortear o levantamento de determinadas características e traços comportamentais dos alunos, por meio de *observação direta*⁷, enquanto eles respondiam às perguntas. Depois de nos apresentarmos, distribuirmos os formulários e fazermos uma breve leitura das questões em voz alta, passávamos a circular entre as fileiras de carteiras durante os pouco mais de 10 minutos de atividade, não só nos colocando à disposição para as dúvidas. Aproveitávamos aquele momento também para identificar elementos que pudessem colaborar com os anseios explicitados no terceiro eixo estruturante das *referências musicais*, isto é, as “formas de interação”. Dito de maneira direta, buscávamos confirmar sua possível *presença nas relações sociais dos alunos*. Neste sentido, verificávamos (i) quantos estudantes tinham celulares visíveis, (ii) quantos ouviam música antes, (iii) quantos passaram a ouvir música depois do início da atividade, (iv) se eles compartilhavam fones, (v) se eles conversavam sobre as respostas, canções e artistas favoritos, (vi) se houve quem compartilhasse ou colaborasse com a pesquisa uns dos outros e (vii) se eles cantavam e dançavam juntos.

Para dar conta do levantamento, como versam os especialistas neste tipo de ação, adotamos um diário de bordo, que levávamos para dentro da sala de aula e no qual passávamos a fazer anotações rápidas vinculadas aos sete enunciados acima citados (i-vii): registrávamos números, aspas atribuídas aos jovens, descrição com poucas palavras-chave de situações, diálogos e experiências.

Instrumentos de pesquisa: professores

Durante o processo de elaboração de nosso problema de pesquisa, procuramos atribuir maior especificidade à investigação ao nos apropriarmos do vocábulo *reconhecem*. De forma sintética,

⁶ A primeira versão do questionário, que inclusive foi utilizada no relatório de qualificação, contava com 18 questões, quase o dobro da definitiva. Ele tornava a atividade mais morosa e ineficiente, além de ter gerado volume maior de questionamentos por parte dos alunos durante o preenchimento.

⁷ Segundo Quivy (2005), a observação direta é “[...] aquela em que o próprio investigador procede diretamente à recolha das informações, sem se dirigir aos sujeitos interessados.” (p. 164)

podemos dizer que pretendíamos encontrar resposta à pergunta: *os professores reconhecem as referências musicais dos alunos?* Para mais bem situar nossas expectativas, definimos que seriam admitidas três dimensões deste reconhecimento: (i) Os professores *sabem quais são (ou conhecem)* as referências musicais dos alunos? (ii) Os professores *respeitam* as referências musicais dos alunos? (iii) Os professores acreditam que as referências musicais dos alunos podem ser *utilizadas* no processo de ensino-aprendizagem?

A partir destas premissas, associadas ao perfil do público participante, estabelecemos que seria formulada uma atividade com características próprias do chamado *grupo de discussão*. A maior razão para a escolha está relacionada à qualidade da informação pretendida. Mais do que as opiniões dos professores, desejávamos trabalhar com o diálogo em torno delas. Para além do dado objetivo, queríamos verificar sua manifestação em grupo: as ideias hegemônicas, as convergências, as divergências, os entendimentos que se constroem em conjunto. Perfis de informações que, nas palavras de Ibañez (1989), se aproximam muito mais da ideia de “holograma” e menos da forma de “fotograma”, esta última mais comum em instrumentos individualizados, como a enquete, o questionário e a entrevista⁸.

As perspectivas individuais não deixaram evidentemente de ter seu valor. Durante a etapa de análise de dados, também utilizamos trechos dos depoimentos dos professores, seja para confirmar ou negar uma ideia, por exemplo. Mas o contexto em que eles foram dados, bem como as possíveis coerências e contradições que movimentavam estas conversas, estavam entre os elementos que buscamos evidenciar.

Após determinarmos os critérios e o modelo de levantamento de informações e termos tabulado os dados obtidos com os questionários aplicados entre os alunos, desenvolvemos uma dinâmica para a mediação do grupo de discussão. Ela era composta de uma apresentação, que trazia os dados organizados da pesquisa, e um conjunto de 11 questões, que os professores responderam previamente. Antes de iniciar a exposição, buscávamos levantar qual era a percepção prévia dos educadores acerca dos hábitos e comportamentos dos educandos. Em outras palavras, tentávamos saber em que medida as informações apresentadas eram reveladoras ou se não se tratavam de dados que os docentes já conheciam.

Todas as conversas foram gravadas, transcritas e submetidas a técnica de análise do discurso.

Universo da pesquisa

A amostra era composta de 1.482 alunos dos ensinos fundamental II (6º ao 9º anos) e médio (1º ao 3º anos), de cinco escolas da rede pública estadual, situadas nas zona leste (duas), zona sul (duas) e zona norte (uma) da cidade de São Paulo. Os questionários foram aplicados entre março e maio de 2018. Além disso, participaram da segunda etapa do levantamento 36 professores, das três escolas nas quais interagimos proporcionalmente com a maior quantidade de

⁸ Ao diferenciar a enquete (fotogramática) do grupo de discussão (hologramática), Ibáñez pondera que “um fotograma se obtiene con luz incoerente (los rayos no están en fase), cada punto de la imagen contiene información sobre un punto del objeto: si se parte la imagen por la mitad, tendremos toda la información de la mitad del objeto. Un holograma se obtiene con luz coherente (los rayos están en fase), cada punto de imagen contiene información sobre todo el objeto: si se parte la imagen por la mitad, tendremos la mitad de la información de todo el objeto.” (IBÁÑEZ, 2010, p. 490)

jovens (pelo menos 80% dos matriculados). Esta atividade foi realizada de agosto e novembro do mesmo ano, após a organização e análise do material levantado junto aos estudantes.

Considerações finais

O percurso metodológico de nossa tese de doutorado, que foi defendida com o título **Rap, funk, pop internacional**: percepções dos professores sobre as referências musicais dos alunos (2019) reforça o entendimento comum entre estudiosos das Ciências Sociais de que a pesquisa é um *processo*. Na medida em que ela se desenvolve, é natural que ocorram revisões e aperfeiçoamentos passíveis de afetar todas as suas etapas e instâncias, sejam elas atuais, anteriores ou posteriores. Cabe ao pesquisador reconhecer que o acúmulo de informações e as descobertas que dele decorrem exigem o distanciamento constante do objeto, dos problemas, objetivos e hipóteses, da estratégia metodológica. Neste sentido, o porvir requer o hábito permanente de se voltar para o que foi, o exercício frequente da *vigilância epistemológica e metodológica*.

No caso específico de nosso estudo, este movimento teve como consequência a reorientação do problema de pesquisa, a ampliação e melhor direcionamento dos instrumentos, o aprimoramento dos procedimentos adotados na coleta e dos critérios definidos para a tabulação e análise dos dados.

Referências

- ANDRADE, Rogério P. **Rap, funk, pop internacional**: percepções dos professores sobre as referências musicais dos alunos – Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.
- BOURDIEU, Pierre. Algumas propriedades do campo. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1993. P. 89-94.
- CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**. 9^a Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.
- IBÁÑEZ, Jesús. Cómo se realiza una investigación mediante grupos de discusión. In: García Fernando, M.; Ibáñez, J., Alvira, F., **El análisis de la realidad social**. Madrid, Alianza Editorial, 1989, p. 489-501.
- LOPES, Maria I. V. de. **Pesquisa em comunicação**. 8^a Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- QUIVY, Raymond. **Manual de investigação em ciências sociais**. 4^a Ed. Lisboa: Gradiva, 2005.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. p. 111-117.

Comunicação e práticas educativas

Os espaços das aulas publicitárias como potencializadores de suas práticas pedagógicas: proposta de um framework

Bárbara Doro-Zachi

Mestranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP), vinculada à Área de Concentração II – Estudo dos Meios e da Produção Mediática, Linha de Pesquisa: Consumo e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais. Orientadora: Professora Doutora Sandra Maria Ribeiro de Souza. E-mail: bdzachi@gmail.com.

Resumo: Diante da revolução digital e dos novos papéis do consumo na sociedade, é preciso repensar os espaços que tradicionalmente acomodam a formação acadêmica em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Nossa proposta é avaliar se os espaços de aula motivadores de práticas pedagógicas em consonância com o século XXI, a partir de um *framework* com cinco critérios que qualificam um espaço potencializador. A pesquisa será aplicada em instituições de ensino superior da cidade de São Paulo.

Palavras-chave: *Design* da sala de aula. Práticas pedagógicas. Espaços de ensino-aprendizagem. Publicidade e Propaganda. Formação publicitária.

Introdução

Com a passagem pelo vestibular e a entrada na graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda vem também uma vontade característica dos alunos deste curso em expressarem suas veias, digamos, “artístico-comunicadoras”. Tem sempre alguém que canta, que desenha, que poderia ser locutor, que fez dança, que gosta de moda, que trabalha como DJ ou já se tornou *youtuber*. Passar em Publicidade, em certo nível, significa dar um pouco mais de lugar para essa alma criativa, versátil, expansiva.

Significa também vestir um ideal do que é “ser publicitário”, uma profissão que sempre carregou signos de *glamour*, com músicos, escritores e artistas compondo sua história. Hoje, essa aura perdura, mas com novas realidades: de boêmios, os publicitários tornaram-se responsáveis por estratégias globais; de artistas, fomos para os dados e comportamentos que cercam um estrategista digital; de músico, fomos para criação de conteúdo. Diante de uma diversificação do mercado de trabalho e principalmente diante de uma chamada por novas responsabilidades, é importante refletirmos sobre a graduação de Publicidade e Propaganda, suas existências e seus espaços de ensino-aprendizagem.

Desde a escolha arquitetônica até a localização dos ambientes, a ocupação dos espaços pedagógicos não é neutra e cada ativo presente no ambiente fala. Em tempos de conectividade, a compreensão desses espaços tornou-se ainda mais heterogênea, já que o ensinar e o aprender

podem acontecer para além da sala de aula física, e mesmo dentro dela as possibilidades são inúmeras. Fato é que a relação com o ensino mudou, e o espaço é o hospedeiro dessas novas condições.

Esse contexto poderia ser motivador para qualquer profissão, mas para os profissionais das Ciências da Comunicação tornou-se urgente. À medida que a comunicação ganha papel de instituição (HJARVARD, 2014) e que a centralidade é um de seus valores epistemológicos (SAAD CORRÊA, 2015), as instituições de ensino precisam embarcar essas novas realidades e responsabilidades, fornecendo espaços que favoreçam o questionamento da realidade, a reflexão acerca da comunicação e o exercício de habilidades socioemocionais, fundamentais para lidar com a complexidade do presente.

Assim, a partir do entendimento de que a forma como esses alunos se relacionam com a sala de aula e com o conhecimento mudou e que as próprias compreensões de ser comunicólogo se expandiram, sentimo-nos instigados a examinar os espaços em que se dá o ensino publicitário. Interessa, portanto, responder à pergunta: o espaço formal de ensino-aprendizagem do curso de Publicidade e Propaganda é um espaço potencializador e facilitador das práticas pedagógicas condizentes com o século XXI?

Com base na pergunta de pesquisa, são propostos três objetivos:

(I) A partir de revisão bibliográfica, definir os critérios que qualificam um espaço potencializador das práticas pedagógicos do curso de Publicidade e Propaganda, seja este espaço uma sala de aula típica ou um laboratório.

(II) Definidos os critérios, desenvolver um *framework* de análise que delimita parâmetros de avaliação desses aspectos e permita futuras revisões dos espaços de aula para os cursos de Publicidade e Propaganda.

(III) Diagnosticar a realidade de cada integrante do *corpus* — instituições de ensino superior (IES) da cidade de São Paulo —, assim como retratar os critérios de maior e menor desenvolvimento de cada integrante, de acordo com seus contextos de ensino-aprendizagem.

Interacionismo, protagonismo do aluno e aprendizagens ativas

Em primeira instância, o pensamento socioconstrutivista do psicólogo russo Vygotsky contribui com a nossa pesquisa por comprovar que as interações sociais são grande parte responsáveis pelo desenvolvimento dos seres humanos, em um processo de constante adaptação e aprendizagem ao longo da vida (MOLL, 1996; DAVIS, 2005; REGO, 2007; VYGOTSKY, 2019). Para a Pedagogia, de forma bastante prática, o pensamento interacionista de Vygotsky comprova o quanto as relações sociais e o caráter ativo do aluno importam dentro de um processo formal de aprendizagem.

Além das interações sociais, os mediadores simbólicos também são responsáveis pelo amadurecimento do ser, já que estão contidos na cultura e dimensão histórica de cada um de nós. Com isso, prática pedagógica, materiais didáticos, meios de comunicação, tempo e espaço também compõem esse processo biopsicossocial de desenvolvimento (DAYRELL, 1996; AZEVEDO, 2012; CASTILHO, 2014), validando nossa intenção de pesquisar o espaço como parte facilitadora

ra e motivadora de ensino.

O que percebemos é que os espaços de aula acabam não sendo nem um convite para a produção teórico-científica nem um convite para a prática mercadológica. Para o campo das Ciências Humanas e em específico das Ciências da Comunicação, talvez seja preciso outras estratégias de construção de identidade do próprio curso — e consequentemente de seus espaços, conforme trazem Correa, Petermann e Hansen (2018, p. 50):

O modelo clássico, como o conhecemos, talvez seja um dos principais elementos que transformaram em estérea a capacidade elaborativa da criatividade em sala de aula. Pensar em quais ambientes seriam interessantes para ensino (saaraus literários, oficinas de criação, laboratórios de criação, oficinas literárias, oficinas de escrita criativa, estúdios de arte, ateliês) nos motiva a avançar com as pesquisas.

O que vemos com os questionamentos da atualidade é que tanto características estruturais quanto experimentais necessitam de mudanças para acompanhar e responder aos conceitos interacionistas com os quais concordamos. Diante da revolução digital, dos novos significados do consumo e dos novos papéis da publicidade na sociedade, é preciso repensar os espaços que tradicionalmente acomodam a formação acadêmica em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

Ao encontro das transformações em sala, Paulo Freire trouxe em seus estudos a perspectiva do diálogo com as realidades dos indivíduos, e não somente uma relação padronizada ou autoritária em aula. Através do conceito de *aprendizagem significativa* (FREIRE, 2015), valoriza a integralidade do ser, suas vivências externas, sua história e seus saberes. Diante ao crescimento do acesso ao ensino superior que tivemos na última década e da diversificação de instituições privadas, cada vez mais considerar as perspectivas dos estudantes e suas necessidades parece fazer sentido.

Essas reflexões nos conduzem a pensar em espaços, metodologias e processos de aprendizagem que estimulem os jovens das IES a confrontarem suas ideias e reflexões, incorporando e redefinindo culturalmente os conceitos apresentados. A partir da perspectiva de Freire, temos um professor mais conectado com seus alunos e realidades, e um aluno mais apto a se desenvolver a partir de seu próprio contexto. Temos uma maior conexão entre os motivos de ensinar e os motivos de aprender, dando significado para a docência e o processo de se graduar. Talvez em um resgate de propósito que muitas vezes no ensino superior perdemos ou nos esquecemos, levados pela intensidade do cotidiano.

Esse estudo, aliados a outras correntes pedagógicas de mesma base, são relativamente recentes e, apesar de parecer óbvio que precisamos contar com o protagonismo do educando em sala de aula, essa não é sempre a realidade da sala de aula. Continuamos, por muitas vezes e por inúmeros fatores, trabalhando com as aulas expositivas e um formato unilateral de transmissão de informação, assim como os alunos continuam por muitas vezes desatentos, apáticos e passivos ao conhecimento. Os espaços, nesse contexto, continuam mantendo-se em filas lineares, muitas vezes com mobiliários fixos e estruturas rígidas, impedindo novas formas de ensinar e de aprender.

Seguindo nossa trilha teórica, junto das concepções interacionistas e considerando o protagonismo do educando, começam a ser desenvolvidas algumas práticas pedagógicas que ajudam a trazer uma nova realidade para a sala de aula. São as metodologias ativas, referendadas nos estudos da Escola Nova (MASETTO, 2011), movimento americano do início do século XX que vem ganhando força como novas práticas pedagógicas para o ensino superior. Com os avanços de estudos científicos sobre o tema, temos agora um arcabouço de práticas em consonância com os pensamentos interacionistas, como a aprendizagem baseada em problemas (PBL), a instrução de pares (*peer instruction*), aulas-debate, sala de aula invertida, uso de jogos e método socrático.

A ideia, com as metodologias ativas, não é abandonar as aulas expositivas, mas trazer novas possibilidades e maior versatilidade para as práticas pedagógicas em sala. Assim, “[...] enquanto o método tradicional prioriza a transmissão de informações e tem sua centralidade na figura do docente, no método ativo, os estudantes ocupam o centro das ações educativas e o conhecimento é construído de forma colaborativa.” (DIESEL; BALDEZ; MARTINS, 2017, p. 271). Trabalhar com aprendizagem ativa significa aproveitar mais da capacidade inventiva do aluno no espaço de aula, além de contar com suas contribuições de um mundo em alta velocidade de informação.

Já que este livro se presta a falar das perspectivas da docência e de solidariedade, vale a ressalva e a reflexão de que mudar as práticas pedagógicas e trazer metodologias ativas, interacionistas e significativas para o ambiente de aula não é fácil. Do ponto de vista do professor, as aprendizagens ativas dependem muito de sua compreensão sobre os métodos e de sua condução adaptada. Sem objetivos claros e uma condução estruturada, a experiência do método pode se tornar ineficaz e desgastante. Além disso, é fundamental compartilhar a responsabilidade de aprender novas técnicas com a diretoria das instituições de ensino. Os órgãos diretivos precisam conduzir reciclagens, *workshops*, congressos com os professores, dando condições e recursos para a mudança. O que percebemos é que essa caminhada ainda é bastante solitária, principalmente quando olhamos para o ensino superior. Já há pouca troca entre professores e suas técnicas de sala, o que diremos de novas metodologias de trabalho. Também encontramos menos material compartilhado do que esperado, seja em vídeos do Youtube ou na produção científica. Muito se fala sobre as aprendizagens ativas, mas pouco se mostra didaticamente como praticar esses novos métodos no cotidiano.

É natural que esses movimentos gerem desgaste, ainda mais em um curso tomado pelas mídias digitais e que carrega uma qualidade prática inerente ao seu nascimento. Estamos acostumados há décadas a elaborar aulas a partir de uma linha lógica de exposição de ideias e mudar essa dinâmica exige esforço, além dos esforços que o professor já faz — atualização dos assuntos de aula, correção de provas e trabalhos, orientações, participação nas reuniões do departamento, assuntos administrativos.

Do ponto de vista dos alunos, é também uma nova realidade que vai exigir algo diferente do que estavam acostumados até então. Há décadas orientados por aulas expositivas em sua massiva maioria, os alunos muitas vezes não sabem como agir em sala, não sabem os momentos em que podem falar, debater ou trazer algo para a aula. Sem preparo para exercer um papel ativo em sala, muitas vezes o professor encontrará dificuldades para engajar os alunos. Demora para

que se comprehenda que a aula pressupõe sua participação e que não teremos apenas conteúdo expositivo. Também temos a realidade de que muitas vezes os alunos não terão recursos de formação de base para “engrenar” em uma prática ativa de aula.

É uma situação complexa, que requer muita discussão, tempo de dedicação, compartilhamento de experiências, paciência, vontade, conhecimento e suporte da própria organização para transformarmos essas realidades. Do ponto de vista do espaço-tempo de aprendizagem, se queremos um aluno protagonista, um professor colaborativo e maiores estímulos para o diálogo e a colaboração, precisamos criar ambientes que deem suporte a essa concepção de aprendizagem. Enxergar no espaço um facilitador e motivador das aprendizagens ativas foi justamente o que motivou a pesquisadora desta dissertação a enveredar por esses caminhos.

Como vimos anteriormente, com essas mudanças de pensamento do ensino-aprendizagem, os espaços de aula expositiva, estruturas fixas, relação unilateral do conhecimento entre professor-aluno darão lugar a ambientes com relações mais pares. O professor, nessas novas configurações, é um guia da aprendizagem, mas não o único detentor do conhecimento. Aprende-se também com as falas, além de apenas com os ouvires. Troca-se ao invés de apenas receber. “O fundamental é que professor e alunos saibam que a postura deles, do professor e dos alunos, é *dialógica*, aberta, curiosa, indagadora e não apassivada, enquanto fala ou enquanto ouve.” (FREIRE, 2015, p.83)

Também nessas estruturas temos um ambiente que favorece as habilidades socioemocionais, que antes não tinham chance de entrar em pauta. Habilidades como colaboração (mais do que a passividade ou a competição), capacidade de solução, adaptabilidade e comunicação só conseguirão ser trabalhadas em espaços que têm horizontalidade como premissa. Essas são, inclusive, exemplos da gama de habilidades que precisamos cada vez mais exercer no cotidiano político-social de nossas vidas, além das exigências do mercado de trabalho, seja ele voltado ao estudo científico, seja ele voltado à prática mercadológica.

Demandas para o publicitário no século XXI

Essa horizontalidade dos espaços-tempos tem total sintonia com as necessidades que vemos hoje no ensino de Publicidade e Propaganda. As informações são rápidas, e os jovens conectados chegam na aula muitas vezes sabendo sobre a “polêmica de determinada campanha” muito antes do professor. Ou ainda aprendem uma nova ferramenta de mídia no estágio e trazem para a sala de aula; ou fazem sozinhos um curso de *motion graphics on-line* e dividem o conteúdo na aula de Criação Publicitária. Como explora Jenkins, Green e Ford (2014), estamos vivendo uma era de migração de materiais centralizados para materiais dispersos, de interatividade pré-estruturada para participação livre. Dessa forma, saber integrar o repertório dos alunos com a experiência e força teórica dos professores é formar um publicitário mais dinâmico, colaborativo, generoso e preparado para o ritmo da sociedade contemporânea.

Um outro aspecto que cerca o conceito de horizontalidade para a Publicidade e Propaganda é a proposta de ambientes mais receptivos às culturalidades dos indivíduos. Ambientes que encorajam e acomodam a diversidade física, cultural e psicológica dos atores que habitam o

ensino superior, para assim reproduzirmos esses ambientes mais saudáveis também em nossas práticas de comunicação. Dizemos isso, pois, por muito tempo, a Publicidade e Propaganda colaborou com a não-receptividade às culturalidades. Se antes emplacar um anúncio era questão de carregar a mão no estereótipo e fazer uma piada com isso, hoje cada vez mais a própria sociedade civil é órgão regulador daquilo que as marcas veiculam; se antes um anúncio cumpria a venda de um produto, hoje os múltiplos meios precisam ser pensados para entregar conteúdo e signos de pertencimento, muito além da compra e venda de mercadorias. Segundo a definição de consumo de Marques Filho (2013, p. 148), se consumir é criar “[...] algum tipo de vínculo afetivo, aspiracional, representativo, projetivo ou identitário [...]” com aquilo que se oferece para ser consumido, precisamos avaliar o quanto estamos, genuinamente, dentro de cada corporação, representando e gerando identificação com consumidores. Dessa forma:

Os pressupostos que sustentaram a comunicação publicitária devem ser revistos e atualizados, pois alguns deles já não dão mais conta de explicar a atividade profissional tal qual ela foi praticada dos anos 50 até o início dos anos 90 (início da revolução digital) ou, como ela foi ensinada desde os primeiros cursos universitários no país. (SOUZA, 2011, p. 253)

Se, a partir do conceito de midiatização, “[...] os meios de comunicação adquirem maior autoridade para definir a realidade e os padrões de interação social” (HJARVARD, 2014, p. 15), precisamos formar publicitários críticos, conscientes dessa mudança e aptos a refletir acerca dessas definições.

Para mudar o mercado de trabalho, precisamos também mudar as formas como recebemos e exercitamos culturalidades, individualidades e identificações na própria graduação. Não podemos esperar profissionais mais críticos — sejam eles nossos professores ou nossos alunos — se não favorecemos esses ambientes em aula. Inclusão social, protagonismo feminino, direitos humanos, representatividade são assuntos urgentes e ainda pouco desenvolvidos, com poucas oportunidades de serem trabalhadas quando temos também espaços rígidos ou defasados, quando não damos a chance para a troca dos saberes e opiniões em aula. Acreditamos que diante de espaços que fisicamente favoreçam o interacionismo e as práticas pedagógicas que consideram as forças de cada indivíduo em sala — com suas historicidades, dificuldades e potências —, conseguiremos fomentar uma publicidade mais condizente com as demandas do século XXI.

Sabemos que não é exclusividade do espaço em transformar o ensino de publicidade, mas também não acreditamos na sua abstenção com relação aos processos de ensino-aprendizagem. Por isso, nossa proposta é chegar em um *framework* com critérios em consonância com as realidades vistas até agora e em resposta a elas. Dentre as inúmeras possibilidades, os critérios a que chegamos intentam ser um modelo prático, realista e possível de ser utilizado pelas IES quando discutindo seus espaços de aula no curso de Publicidade e Propaganda.

Proposta do *framework* de análise

Pautadas pela discussão das novas tecnologias, da importância interacionista e das aprendizagens ativas, países como Austrália, Inglaterra, Escócia e Estados Unidos iniciaram uma inten-

sa produção acerca de novos espaços de aprendizagem desde o início dos anos 2000. Usamos os postulados de Brown (2005), JISC (2006), SFC (2006), Temple (2007), Radcliff (2008) e Souther et al. (2011) como guias para o nosso *framework*, a partir de uma análise comparativa acerca dos tópicos apresentados.

Também contamos com insumos de um *workshop* realizado durante o segundo semestre de 2017, como parte da nota da disciplina de pós-graduação CRP 5217 - Comunicação, *Design* e Informação: Interseções e Interações. Convidamos os alunos do primeiro ao quarto ano do curso de Publicidade e Propaganda da ECA-USP para um exercício que consistia em desenhar um espaço de aula futuro, considerando suas necessidades de ensino prático e teórico.

A partir de nossa pesquisa bibliográfica e do *workshop* com os alunos, apresentamos os cinco critérios de avaliação que definem o espaço de aula potencializador de práticas pedagógicas adequadas ao século XXI, em Publicidade e Propaganda: (1) hospedagem receptiva, (2) flexibilidade mobiliar, (3) interatividade digital, (4) autonomia de estudo e (5) criatividade espacial.

(1) Hospedagem receptiva

Espaços receptivos pressupõem mobiliários que favoreçam o aconchego e o bem-estar de todos. São aspectos práticos e estruturais que dão suporte ao conforto ambiental, como segurança, temperatura, circulação de ar, umidade, acústica, iluminação e manutenção. Também estamos falando do conceito de acessibilidade, pois pensar em um espaço receptivo é criar recursos para que todos em sala consigam, independentemente de suas limitações, realizar suas tarefas.

Uma hospedagem receptiva colabora com a inclusão social e dá condições para que outras competências (como autonomia e criatividade) sejam exercidas com maior eficácia.

(2) Flexibilidade mobiliar

Por contar com a maleabilidade dos móveis e idealmente das estruturas, esses espaços convidam a práticas pedagógicas diversas, ao invés de apenas manter a estrutura fixa e linear conforme conhecemos. Uma ambição adaptável favorece a impressão de múltiplos ritmos em uma mesma aula, com remodelações de grupos, cadeiras e mesas móveis, biombos para mudança no tamanho da sala e estrutura de módulos individuais.

O espaço consegue ser reconfigurado de acordo com cada prática pedagógica e o professor consegue transitar naturalmente por toda a sala, sem restringir sua atuação a um quadro fixo ou tablado.

Um ambiente com flexibilidade mobiliar ajuda na versatilidade da aula e estimula o conhecimento dos diferentes tempos em sala, além de viabilizar a autonomia de estudos, competência também contemplada neste modelo.

(3) Interatividade digital

Por este critério estamos olhando para ambientes que garantam o uso das tecnologias da informação em aula, contando com recursos tecnológicos como *wi-fi*, computadores e rede móvel de celular. Também estamos falando de acesso a serviços de assinatura condizentes com o

curso (como o arquivo da propaganda e institutos de pesquisa) e intranet.

A interatividade digital estimula a curiosidade, a rapidez de pensamento e a capacidade crítica para validar informações, fundamental no contexto da publicidade.

(4) Autonomia de estudo

São setores criados dentro da sala para estimular o papel ativo dos estudantes na gestão de suas formações publicitárias, como estações de trabalho, nichos individuais, bancada com computadores de consulta, miniestúdios de produção ou minibibliotecas.

Em termos gerais, ter autonomia não significa sentar-se sozinho e somente receber as informações, mas sim aprender durante as aulas os diferentes jeitos de aprender. Também não significa que os alunos não tenham supervisão, mas sim que a supervisão seja guia para um maior autocontrole e autoconhecimento das limitações e potências de cada um.

Espaços que favorecem a autonomia de estudo também favorecem o conhecimento próprio de habilidades, a autocrítica, o controle de responsabilidades e o respeito aos tempos dos outros.

(5) Criatividade espacial

Assumir a criatividade espacial é permitir que o próprio ambiente estimule o pensamento e a expressão publicitária, em um contexto que todos somos criativos — e não mais apenas o criativo da agência tradicional, como costumávamos pensar algumas décadas atrás.

São espaços que favorecem o lúdico, generosos com o estímulo de cores, intervenções artísticas, material audiovisual e murais. Não só os professores, mas o próprio espaço e seus tempos tornam-se grandes incentivadores das práticas pedagógicas, dando sustentação e ampliando cada uma das experiências em aula.

Ambientes com estímulo à criatividade também estimulam a comunicação, a capacidade inventiva e o pensamento inovador. Uma sala de aula criativa favorece o exercício da coragem, da autoconfiança, da expressividade e da aceitação do novo.

Metodologia e resultados esperados

A partir do *framework* estabelecido, a avaliação considerará baixo, médio e alto graus de desenvolvimento de cada critério, variando entre notas de zero a cinco. Aplicaremos a partir de estudos de casos em instituições de ensino superior da cidade de São Paulo. Em cada Instituição, pretendemos executar uma visita técnica guiada e fotografada, além da aplicação do *framework* a partir de uma sala de aula tradicional e de uma sala com caráter de laboratório. Pesquisadora, coordenador do curso e representante discente preencherão o *framework*.

Começamos a aplicar a pesquisa no início de 2019 e algumas dificuldades foram encontradas diante de instituições de ensino superior privadas, que declinaram nosso convite à aplicação. Apesar de frustrante, nossa intenção é seguir com os estudos, mesmo que com um *corpus* menor, pois valerá para a pesquisa as compreensões que o *framework* traz dentro dos contextos particulares de cada instituição e também a partir do olhar de professor e aluno atuantes na prática pedagógica.

Nossa expectativa é constatar que esses espaços ainda não atingiram sua máxima capacidade em fortalecer as práticas pedagógicas condizentes com o século XXI e, portanto, requerem mudanças. Também esperamos encontrar realidades bastante distintas entre as instituições, mas compreendendo suas particularidades e exigências de pontos de vista distintos — professores, alunos, coordenador. Por fim, esperamos que a pesquisa sirva de referência para pensarmos o *design* das salas de aula do futuro da comunicação e da publicidade no país.

Referências

- AZEVEDO, L. **Design de interiores e espaços escolares**: influências na aprendizagem. Tese (Doutorado em Design Industrial) - Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2012.
- BROWN, M. Learning spaces In: Oblinger, D; Oblinger, J.L. (Org.). **Educating the net generation**, p. 12.1-12.22, 2005.
- CASTILHO, C. **O espaço como mediador simbólico**: cultura, experiência e sentidos. 2014. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.
- CORREA, R. S.; PETERMANN, J.; HANSEN, F. Publicidade, institucionalidade e formação publicitária. **Signos do Consumo**. São Paulo, v. 10, n. 2, p.38-52, jul./dez. 2018. Disponível em: encurtador.com.br/gQ07 Acesso em: 18 fev. de 2019.
- DAVIS, C. Vygotsky - uma educação dialética. **Revista Viver Mente & Cérebro**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005 (Coleção Memória da Pedagogia: Lev Semenovich Vygotsky).
- DAYRELL, J. A escola como espaço sócio-cultural. In: DAYRELL, J. (Org.) **Múltiplos olhares sobre educação e cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996.
- DIESEL, A.; BALDEZ, A. L. S.; MARTINS, S. N. Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica. **Revista Thema**, v. 14, n. 1, p. 268-288, 2017.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 51 edição. Rio de Janeiro | São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.
- JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.
- JISC. **Designing spaces for effective learning**. A guide to 21st century learning space design. Inglaterra, 2006. Disponível em: encurtador.com.br/jMNX0. Acesso em: 7 abr. 2019.
- MARQUES FILHO, B. P. **Talento, significado e sensibilidade**: epistemologia e currículo da semiopublicidade. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.
- MASETTO, M. T. Inovação na aula universitária: espaço de pesquisa, construção de conhecimento interdisciplinar, espaço de aprendizagem e tecnologias de comunicação. **Perspectiva**, v. 29, n. 2, p. 597-620, 2011.

- MOLL, L. C. **Vygotsky e a educação**: implicações pedagógicas da psicologia sócio-histórica. Tradução: Fani A. Tesseler. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- RADCLIFFE, D. et al. **Designing next generation places of learning**: Collaboration at the pedagogy-space-technology nexus. Universidade de Queensland, 2008.
- REGO, T. C. **Vygotsky - Uma perspectiva histórico-cultural da educação**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- SAAD CORRÊA, E. Centralidade, transversalidade e resiliência: reflexões sobre as três condições da contemporaneidade digital e a epistemologia da Comunicação. In: **Divisão Temática Ibercom Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação no XIV Congresso Internacional IBERCOM**, na Universidade de São Paulo, 2015.
- SFC. **Spaces for learning**: a review of learning spaces in further and higher education. Escócia, 2006. Disponível em: encurtador.com.br/fyB27. Acesso em: 12 abr. 2019.
- SOUTER, K. et al. **Spaces for knowledge generation**. Austrália, 2011. Disponível em: encurtador.com.br/dqBU7. Acesso em: 3 abr. 2019.
- SOUZA, S. M. R. **A comunicação de marca entre a publicidade de ontem e as novas gerações de consumidores**: tensões e transformações. Anais. São Paulo: Schoba, 2011. Disponível em: encurtador.com.br/fmoEZ. Acesso em: 3 abr. 2019.
- TEMPLE, P.; FILLIPPAKOU, O. **Learning spaces for the 21st century**. Universidade de Londres, 2007. Disponível em: encurtador.com.br/gAI49. Acesso em: 3 abr. 2019.
- VYGOTSKY, L. S. **Psicologia pedagógica**. São Paulo: Martins Fontes, 2019.

Práticas de educomunicação no sertão do São Francisco: o bispado Dom José Rodrigues de Souza, em Juazeiro da Bahia

Francisco de Assis Silva

Discente do Curso de Doutorado Interinstitucional (DINTER) entre o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM – USP) e a Universidade do Estado da Bahia (UNEB). E-mail: assis-francisco@bol.com.br

Resumo: O estudo Práticas de educomunicação no sertão do São Francisco: o bispado de Dom José Rodrigues de Souza, em Juazeiro da Bahia objetiva identificar a existência de indicadores de educomunicação nas práticas e vivências da igreja. A pesquisa é bibliográfica e exploratória. Evidenciam-se práticas educomunicativas que podem ser transpostas em projetos de ensino formal e não formal.

Palavras-chave: Igreja. Comunicação. Educomunicação.

Introdução

Práticas de educomunicação no sertão do São Francisco: o bispado de Dom José Rodrigues de Souza, em Juazeiro da Bahia, é fruto de um olhar sobre os indicadores de educomunicação presentes no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e identificação desses indicadores anteriormente presentes nos relatos da política de educação popular, do projeto de comunicação social e no acervo bibliográfico Dom José Rodrigues de Souza, montados pelo Bispo Dom José Rodrigues de Souza, da diocese de Juazeiro na Bahia, que compreende oito municípios do norte da Bahia: Juazeiro, Curaçá, Sobradinho, Sento-Sé, Casa Nova, Remanso, Pilão Arcado e Campo Alegre de Lourdes, totalizando uma população de aproximadamente 800.000 habitantes. Esse acervo, montado a partir da orientação do prof. Paulo Freire, tinha como função servir de fonte de estudos e busca de informações por parte das pastorais da igreja e suas comunidades, que a partir dele desenvolviam os estudos e, ainda, montava as suas formações, a exemplo da política de educação popular e do projeto de comunicação social, ambos desenvolvidos na diocese de Juazeiro da Bahia, sob a tutela de Dom José Rodrigues de Souza.

O estudo enquadra-se na linha de pesquisa Comunicação e Educação por apresentar um trabalho desenvolvido no qual é evidenciado a presença das interfaces sociais da comunicação.

A sua pertinência científica pauta-se na contribuição que o trabalho pode oferecer no avanço das discussões dos problemas de pesquisa e na abertura de novas possibilidades de estudos sobre as interfaces sociais da comunicação, envolvendo as questões da comunicação e educação, enfocando a educomunicação. No tocante à pertinência social, evidencia-se a contribuição de

ecossistemas comunicativos, como o da diocese de Juazeiro, com seus canais de comunicação e educação que contribuem no processo de construção e na ampliação dos processos de edu-comunicação no sertão do São Francisco.

Fundamentação teórica

Para o desenvolvimento inicial do nosso trabalho, parece-nos coerente colocar em evidência alguns conceitos. A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) aprovou, em 2014 na 83^a reunião ordinária do Conselho Permanente, o Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil. O documento é assim definido:

O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, reúne e disponibiliza referenciais comunicacionais, sociológicos, éticos, políticos, teológicos e pastorais, destinados à reflexão das lideranças da comunidade eclesial e civil, na promoção de uma gestão da comunicação compatível com as necessidades das comunidades e de sua missão evangelizadora. (CNBB, 2014, p. 11)

O nosso trabalho, ao analisar o Diretório, busca encontrar os indicadores de Educomunicação, definida pelo Núcleo de Comunicação e Educação da USP (NCE/USP) como um novo campo de intervenção social e compreendida como:

O conjunto das ações voltadas ao planejamento e implementação das práticas destinadas a criar e desenvolver ecossistemas comunicativos abertos e criativos em espaços educativos, garantindo, desta forma, crescentes possibilidades de expressão a todos os membros das comunidades educativas. (SOARES, 2011, p. 36)

Para tratar da inter-relação educação e comunicação, Mário Kaplún (1998) evidencia em seus estudos a existência de um modelo metodológico dialógico e transformador, no qual se destaca a mobilização da sociedade na luta pelos direitos humanos e do multiculturalismo. Ele ressalta isso ao falar que:

Quando se aspira a uma sociedade global humanizante, não avassalada pelo mercado, pela competitividade e pela homogeneização cultural, e sim edificada sobre o diálogo, a cooperação solidária e a reafirmação das identidades culturais, o desenvolvimento da competência comunicativa dos sujeitos atuantes aparece como fator altamente necessário, e em torno do qual gravitam os outros aspectos; como acontece, aliás, com a participação política e social. (KAPLÚN apud CITELLI; COSTA, 2011)

A continuidade de nosso estudo perpassa pela relação entre educação e comunicação que, para Martín-Barbero (2000), deve ocorrer a partir de uma educação-práxis que rompa com a condição de uma educação retórica e longe da vida, deixando isso claro quando destaca que:

A educação tem de ajudar a criar nos jovens uma mentalidade crítica, questionadora, desajustadora da inércia na qual as pessoas vivem, desajustadora da acomodação na riqueza e da ressignificação na pobreza. Ante uma sociedade que massifica estruturalmente, que tende a homogeneizar, inclusive quando cria possibilidades de diferenciação, a possibilidade de sermos cidadãos é diretamente proporcional ao desenvolvimento de sujeitos autônomos, isto é, de gente livre, tanto interiormente como em suas tomadas de decisão. (MARTÍN-BARBERO apud CITELLI e COSTA, 2011)

A dialogicidade aparece em nosso estudo fundamentada por Paulo Freire (1983), que nos oferece na relação educação e comunicação uma filosofia na qual a comunicação, enquanto diálogo, apresenta-se como indicador de um processo educomunicativo, dizendo que:

O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. [...] a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados. (FREIRE, 1983, p.66)

As discussões que envolvem o conhecimento sobre a comunicação midiática passam, também, pelas reflexões que envolvem a cidadania. A cidadania representa o exercício da crítica permanente na luta e na conquista de direitos sem perder de vista os deveres. Para Silverstone:

A cidadania do século XXI requer um grau de conhecimento que até agora poucos de nós têm. Requer do indivíduo que saiba ler os produtos da mídia e que seja capaz de questionar suas estratégias. Isso envolveria capacidades que vão além do que foi considerado alfabetização em massa na época da mídia impressa. (SILVERSTONE, 2003, p.58)

Nesse ângulo de visão, a construção da cidadania deve propiciar que a sociedade descubra a importância de cada indivíduo tornar-se sujeito da história e não objeto de manipulação. Dessa forma o conceito de cidadania passa pela ideia de que ser cidadão é ter em suas mãos a possibilidade de decidir sobre muitos dos seus destinos. Para Pedro Demo,

[...] a cidadania é um processo histórico de conquista popular, através do qual a sociedade adquire progressivamente condições de tornar-se sujeito histórico, consciente e organizado, com capacidade de conhecer e efetivar projetos próprios. (DEMO, 1992, p.17)

Todas essas questões que envolvem a interface educação e comunicação podem estar presentes no Diretório de Comunicação da Igreja Católica no Brasil e poderão ser evidenciados em acervos da igreja, como o acervo Dom José Rodrigues de Souza.

Justificativa

Nosso estudo fará referência, em especial, ao Diretório de Comunicação da Igreja Católica no Brasil, documento 99 da CNBB, publicado em 2014 pela editora Paulinas, que tem como objetivo:

Motivar a atualizar e aprofundar os conhecimentos e referências, tanto de seus pastores quanto de seus fiéis, sobre a natureza e a importância da comunicação para a vida da comunidade eclesial, nos processos de evangelização e no diálogo com a sociedade, tendo presente as mudanças pelas quais o mundo vem passando, entre as quais encontra-se o avanço acelerado das tecnologias. (CNBB, 2014, p.10)

A partir de um recorte no texto do Diretório, busca-se identificar os indicadores de educomunicação na interface comunicação e educação, que servem como proposta e orientação para os passos do ecossistema comunicativo composto por setores que formam a diocese de Juazeiro, a partir do entendimento de que:

O ecossistema comunicativo constitui, na verdade, o entorno que nos envolve, caracterizado por ser “difuso” e “descentralizado”. Tal ecossistema é difuso porque é formado por uma mistura de linguagens e de saberes que circulam por diversos dispositivos midiáticos intrinsecamente interconectados; é descentrado porque os dispositivos midiáticos que o conformam vão além dos meios que tradicionalmente vêm servindo a educação, a saber: escola e livros. (MARTÍN-BARBERO apud SOARES, 2011)

Outro elemento de análise será o acervo bibliográfico Dom José Rodrigues de Souza, que é composto por aproximadamente 35.000 exemplares com diversas temáticas envolvendo teologia, filosofia, sociologia, política, educação, comunicação, entre outros. O acervo foi montado a partir da orientação do prof. Paulo Freire, quando da implantação de uma política de educação popular no âmbito da diocese, na década de 1980, servindo de fonte, também, para um projeto de comunicação social para estudo e levantamento de informações, além de contribuir no desenvolvimento de formações pelas pastorais sociais e pelas comunidades eclesiais e em geral.

Diante de tal conjuntura, nosso estudo buscará responder à seguinte questão: o que se entende hoje como sendo indicadores de educomunicação no Diretório de Comunicação da Igreja Católica no Brasil, de fato, já estavam presentes na igreja, sendo evidenciados no acervo Dom José Rodrigues de Souza e nos relatos das práticas e vivências da diocese de Juazeiro da Bahia e, portanto, podem ser proponentes de uma proposta de educomunicação a ser desenvolvida no sertão do São Francisco?

Entende-se que analisar a proposta de comunicação presente no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil torna-se relevante na medida em que se busca entender como essa proposta foi concretizada, qual a sua sustentação ideológica, os indicadores de educomunicação presentes e como ela se configura como uma possibilidade de proposta de educomunicação a ser desenvolvida no sertão do São Francisco.

O Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil traz em si uma ousadia em mostrar que a educomunicação não tem barreiras culturais e que ela pode tornar-se um grande instrumento de construção do acesso à cidadania, principalmente dando voz e voz àqueles que são colocados às margens de seus direitos.

Objetivos

O desenvolvimento da pesquisa busca, através de seu objetivo geral, compreender como ocorrem as inferências dos indicadores de educomunicação presentes no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil com os indicadores encontrados no acervo Dom José Rodrigues e nos relatos das práticas e vivências da diocese de Juazeiro da Bahia e a repercussão para a educomunicação a ser desenvolvida no sertão do São Francisco.

No tocante aos objetivos específicos, a finalidade será: conhecer os indicadores de educomunicação presentes no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil; levantar, dentro do acervo bibliográfico Dom José Rodrigues, registros que apresentam os indicadores de educomunicação; analisar a prática e vivência da política de educação popular e do projeto de comunicação social da diocese de Juazeiro da Bahia; identificar a correlação entre os indicadores de educo-

municação presentes no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil, no Acervo Bibliográfico Dom José Rodrigues e nas práticas e vivências da diocese de Juazeiro da Bahia; buscar inferir relações entre o acervo bibliográfico Dom José Rodrigues, as práticas e vivências da diocese de Juazeiro e o trabalho de educomunicação a ser desenvolvido no sertão do São Francisco.

Procedimentos metodológicos

No que se refere à matriz epistemológica da pesquisa, podemos dizer que as ciências humanas e sociais, áreas do presente estudo — e nesse caso específico a comunicação — são histórica e temporalmente cheias de valores, sentidos e significados. O nosso trabalho está alicerçado no domínio da pesquisa em Ciências Sociais, mais especificamente nas interfaces sociais da comunicação. Pelo caráter mais qualitativo, sem negar o aspecto quantitativo de nossa pesquisa, entende-se que a dimensão de orientações epistêmicas e metodológicas que melhor atende ao nosso estudo é o da teoria crítica.

Quanto a essa dimensão, Duarte e Barros (2005, p. 20) descrevem que a teoria crítica apresenta cinco dimensões: na ontológica o “realismo histórico” (em relação a realidade do objeto estudado); na epistemológica a valorização dos achados (em relação ao tipo de conhecimento obtido); na metodologia a dialógica/dialética e a confiabilidade/validez (em relação aos procedimentos analíticos adotados e sua validade) e os valores tidos como incluídos formativos e a ética que é intrínseca (quanto aos valores adotados).

Definimos o gênero da pesquisa ao propor a análise e a compreensão de como ocorrem as inferências dos indicadores de educomunicação presentes no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil com os indicadores encontrados no acervo Dom José Rodrigues de Souza e nas práticas e vivências da diocese de Juazeiro e a repercussão para a educomunicação a ser desenvolvida no sertão do São Francisco, sendo necessário evidenciar que o tipo de estudo utilizado em pesquisa melhor enquadra-se em nossa proposta. Para Cohen (apud KOCHE, 2015, p. 105): “Sem alguma ideia que nos oriente, não podemos saber que fatos coletar. Sem algo que se pretenda provar, não podemos determinar o que é relevante e o que não é relevante.”

No enfoque metodológico, pode-se optar por diferentes gêneros de pesquisa. O tipo de estudo que melhor se enquadra em nossa proposta é a abordagem qualitativa, adotando-se a pesquisa documental e buscando compreender como ocorrem as inferências dos indicadores de educomunicação presentes e a repercussão para a educomunicação a ser desenvolvida no sertão do São Francisco.

Entende-se que esse estudo possui uma abordagem qualitativa pelo fato de o pesquisador buscar interpretar fatos que envolvem o campo das Ciências Sociais que são melhores analisados em uma visão qualitativa. Assim,

[...] a abordagem qualitativa apresenta inúmeros usos, tais como: compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais; permitir, em maior grau de profundidade, a interpretação das peculiaridades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos. (SOARES, 2011, p. 48)

No que se refere ao seu aspecto exploratório, segundo Koche (2015, p. 126):

Um tipo de pesquisa que tem grande utilização, principalmente nas ciências sociais, é a exploratória. Na pesquisa exploratória não se trabalha com a relação entre variáveis, mas com o levantamento da presença de variáveis e da caracterização quantitativa e qualitativa.

Tratando-se da análise de documentos escritos, no caso, do Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil e do acervo bibliográfico Dom José Rodrigues de Souza e, ainda, do registro das práticas e vivências da diocese de Juazeiro, utilizaremos as pesquisas bibliográfica e documental como forma de atender aos nossos objetivos de pesquisa.

Para Koche (2015, p. 122), “[...] a pesquisa bibliográfica é a que se desenvolve tentando explicar um problema, utilizando o conhecimento disponível a partir das teorias publicadas em livros ou obras congêneres.”

No entendimento de Duarte e Barros (2005, pp. 269-270), quando se trata de pesquisa documental deve levar em consideração que:

Para o historiador, o documento representa o fio da meada, a indispensável referência para o correto registro histórico. [...] o recuso da análise documental costuma ser utilizado no resgate da história de meios de comunicação, personagens ou períodos. As fontes mais comuns são os acervos de impressos (jornais, revistas, catálogos, almanaques). Mas também serve com expediente a consulta de documentos oficiais, técnicos ou pessoais. (DUARTE; BARROS, 2005, pp. 269-270)

Acredita-se que o problema e os objetivos da pesquisa possam ser atendidos adotando-se esses gêneros como orientadores do caminho a ser seguido.

Os elementos de sustentação do problema de nosso trabalho são: Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil; a política de educação popular, desenvolvido na década de 1980; o projeto de comunicação social e o acervo bibliográfico Dom José Rodrigues, o qual atualmente é administrado pelo Campus III da UNEB em Juazeiro da Bahia.

Para viabilizar a realização da pesquisa foi definida uma “amostragem”. Para isso, dividiremos os elementos em duas categorias: “documentos” e “testemunhas históricas”. Em “documentos”, encontram-se o Diretório de Comunicação da Igreja Católica, publicado em 2014, os livros que serão selecionados do acervo por títulos e autores relacionados ao tema em estudo e o boletim Caminhar Juntos, dos anos 1970 a 2003, da diocese de Juazeiro da Bahia. Identificaremos, também, cartaz, ofícios, jornais, anotações, atas e outros documentos, parte do acervo bibliográfico, que trazem dados que comprovam o desenvolvimento de práticas e vivências edocomunicativas ocorridas no bispado de Dom José Rodrigues. Em “testemunhas históricas”, serão entrevistadas as pessoas que vivenciaram a construção do Diretório de Comunicação da Igreja Católica da CNBB, a montagem e utilização do acervo bibliográfico para atividades diversas e que estiveram envolvidas nas práticas da política de educação popular e no projeto de comunicação social desenvolvidas na diocese de Juazeiro. A previsão é de entrevistar dez pessoas.

Segundo Coutinho (2004, p. 103) “[...] as análises qualitativas, a partir da análise compreensiva das categorias, possibilitam o aprofundamento na interpretação da dinâmica do fenômeno estudado”.

A presente pesquisa utilizará de cinco instrumentos de coleta de dados, devidamente integrados: Conexão Pós: Solidariedade na pesquisa e perspectivas de docência

dos: a observação exploratória, seguida de anotações, serviu para a descrição; a descrição, fruto das anotações advindas da observação; a entrevista semi-estruturada, com os sujeitos já indicados; a análise bibliográfica e documental, que trata do Diretório de Comunicação, do acervo, e dos registros da política de educação popular e do projeto de comunicação social e assuntos complementares e o registro fotográfico, que servirá de apoio à descrição e forneceu dados para o relatório final.

A observação exploratória tem como função fornecer informações e dados relevantes para construir as descrições e as primeiras impressões do que consta no acervo bibliográfico Dom José Rodrigues de Souza e os indícios de aproximações com o tema e o problema levantados e estudados.

Bunge, citado por Coutinho (2004, p. 95), diz que:

A observação propriamente dita caracteriza-se por uma percepção intencionada e ilustrada: intencionada porque se faz com um objetivo determinado; ilustrada porque se guia de algum modo por um corpo de conhecimento. O objeto da observação é um fato do mundo externo ou interno do observador.

Ainda sobre observação, Barros e Duarte (2005, p. 33) enfatizam que:

Os fatos só existem a partir de nossa observação. E toda observação é orientada por um conjunto de representações e de esquemas, por intermédio dos quais os seres humanos percebem, interpretam, classificam, dividem, compreendem os fenômenos que têm diante de si. (DUARTE; BARROS, 2005, p. 33)

Na técnica da entrevista com questionário semi-estruturado, serão utilizadas tanto as perguntas previamente formuladas quanto as livremente propostas na ocasião da entrevista.

Koning, citado por Coutinho (2004, p.107), define a entrevista como uma técnica de investigação e um meio de comunicação. Ele diz que, por entrevista, como instrumento de investigação “[...] entende-se um procedimento metódico com a finalidade científica, mediante o qual o entrevistado deve proporcionar informações verbais por meio de uma série de perguntas intencionais ou de estímulos comunicados.”

Good e Hatt, também citados por Coutinho (2004, p.107), dizem que “[...] a entrevista consiste no desenvolvimento de precisão, focalização, fidedignidade e validade de um certo ato social comum à conversação”. As entrevistas serão gravadas em áudio e posteriormente transcritas e sistematizadas por tipo de dado fornecido pelo entrevistado.

Quanto à análise bibliográfica e documental, ela é elementar, devendo ser exaustiva e visando obter informações relevantes à boa condução da questão de pesquisa nos livros e documentos oficiais.

Sobre a pesquisa bibliográfica, Barros e Duarte (2005, p. 54) definem a mesma como:

Um conjunto de procedimentos para identificar, selecionar, localizar e obter documentos de interesse para a realização de trabalhos acadêmicos e de pesquisa, bem como técnicas de leitura e transcrição de dados que permitem recuperá-los quando necessário. (DUARTE; BARROS, 2005, p. 54)

Ao tratarem da análise documental, Duarte e Barros (2005, pp. 271-272) afirmam o seguinte

a respeito:

Compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para terminado fim. No caso da pesquisa científica, é, ao mesmo tempo, método e técnica. Método, porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário. (DUARTE; BARROS, 2005, pp. 271-272)

As descrições serão auxiliadas ainda pelo registro fotográfico, que servirá de apoio à descrição e fortalecerá os dados apresentados na tese final.

O registro iconográfico “[...] refere-se a documentos bidimensionais de obra de arte, fotografia, desenho técnico, diapositivos, material estereográfico, transparência, cartaz, entre outros.” (KOCHE, 2015, p. 164)

A análise dos dados será fruto das articulações que ocorrerão entre os dados coletados e levam em consideração que o discurso é uma construção social, não individual, e que deverá ser analisado considerando seu contexto histórico-social, suas condições de produção e que o discurso reflete uma visão de mundo determinada, vinculada à dos seus autores e à sociedade em que vivem.

Ainda segundo Coutinho (2004, p. 103) “[...] as análises qualitativas, a partir da análise compreensiva das categorias, possibilitam o aprofundamento na interpretação da dinâmica do fenômeno estudado.” Tomaremos como referências conceitos acerca da comunicação, educação, educomunicação, democracia, diálogo, cidadania, entre outros, que nos servirão de base para as induções teóricas pertinentes ao formato das articulações que adotamos. Todo esse processo procura responder à questão de pesquisa e atingir os objetivos propostos inicialmente.

Considerações finais

O Diretório de Comunicação da igreja no Brasil é um documento composto de dez capítulos, que propõe e motiva a igreja a ampliar suas relações com a comunidade humana, na perspectiva de uma “cultura do encontro”, proposta pelo Papa Francisco em seu discurso na Jornada Mundial da Juventude de 2013, no Brasil. Tudo isso é de fato um desdobramento do Concílio Ecumênico Vaticano II, que publicou em 1963 o decreto Inter Mirifica, no qual fez a opção por trilhar pelos caminhos de uma comunicação aberta ao diálogo com o mundo, a sociedade e suas tecnologias.

Com uma visão ampla e sintonizada com os caminhos de abertura a novas práticas comunicativas e educacionais por parte da Igreja Católica, o bispo da diocese de Juazeiro da Bahia, Dom José Rodrigues de Souza, começou a organizar as pastorais sociais e, a partir da implantação de uma política de educação popular sob a orientação do professor Paulo Freire, organizou um acervo bibliográfico que passou a constituir a biblioteca da diocese de Juazeiro, sendo esse acervo batizado posteriormente de acervo Dom José Rodrigues de Souza.

Ao se fazer uma breve análise no diretório da igreja no Brasil, observa-se que nos seus capítulos são expostas diversas questões, apresentando em específico no capítulo IX o tema **Educar para a comunicação**. Em todo o texto é possível encontrar temas como livre expressão, diálogo, direitos, análise crítica, recepção midiática, meios digitais, educação e comunicação, práticas

educomunicativas, entre outras, que se enquadram nas discussões dos indicadores de educomunicação, também tema abordado no diretório.

Da mesma forma, uma rápida consulta exploratória nos exemplares que compõem o acervo Dom José Rodrigues de Souza e nos registros das práticas e vivências da política de educação popular e do projeto de comunicação social, nos leva a observar que questões como diálogo, direitos, democracia, educação e comunicação, gestão democrática, participação, estão presentes. Isso demonstra, como no caso do diretório, fortes indícios de um material e de práticas e vivências que fortalecem a proposta do trabalho da educomunicação com seus indicadores, na medida em que suscita as bases teóricas e conceituais que dão sustentação às propostas de um processo educacional educomunicativo.

Diante de tudo isso, esse trabalho pode possibilitar a construção de um olhar mais elaborado com relação à compreensão de como ocorrem as inferências dos indicadores de educomunicação presentes no Diretório de Comunicação da Igreja no Brasil com os indicadores encontrados nos relatos da política de educação popular, do projeto de comunicação social e no acervo Dom José Rodrigues e a repercussão para a educomunicação a ser desenvolvida no sertão do São Francisco.

Referências

- CITELLI, Adilson Odair; COSTA, Maria Cristina Castilho. **Educomunicação:** construindo uma nova área de conhecimento. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2011.
- CNBB. **Diretório de comunicação da Igreja no Brasil.** 1ª edição. São Paulo: Editora Paulinas, 2014
- COUTINHO, Maria Tereza da Cunha. **Os caminhos da pesquisa em ciências humanas.** Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2004, pp.103 e 107.
- DEMO, Pedro. Cidadania menor. In: OLIVEIRA, Maria Olívia de Matos. **Educação e Cultura Midiática.** Salvador: Editora EDUNEB, 2012.
- DUARTE, Jorge de Souza. **Juazeiro nos caminhos da história.** Salvador – BA: Fotolito, 1985.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.
- ENGELS, Friedrich. **Do socialismo utópico ao socialismo científico.** Tradução de Rubens Eduardo Frias. 2. ed. São Paulo: Centauro, 2005. 98 p.
- FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 6ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica:** teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 34ª Edição. Petropólis, RJ: Vozes, 2015.
- OLIVEIRA, Maria Olívia de Matos. **Educação e Cultura Midiática.** Salvador: Editora EDUNEB, 2012.
- RIBEIRO, Edson. **Juazeiro na Esteira do Tempo.** Salvador - BA: Editora Mensageiro, 1968.
- SACRAMENTO, Igor. A biografia do ponto de vista comunicacional. **Revista Matrizes.** São Paulo: ECA-USP, v.8, - Nº 2, jul./dez. 2014.
- SALEM, Maria Helena (org). **A Igreja dos Oprimidos.** São Paulo: Brasil Debates, 1981.
- SOARES, Ismar de Oliveira Soares. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio. 3ª edição. São Paulo: Paulinas, 2011.

Discursos e práticas com a educomunicação na formação do pedagogo

Edilane Carvalho Teles

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM – USP), Área de concentração III: Interfaces Sociais da Comunicação, Linha de Pesquisa III – Comunicação e Educação; Orientador: Dr. Adilson Odair Citelli. E-mail: edilaneteles@hotmail.com.

Resumo: Este artigo aborda a educomunicação na formação inicial do pedagogo, como *medium* que fundamenta o percurso didático-pedagógico com as TICs¹ e mídias. Com viés interdisciplinar baseado na metodologia da pesquisa participante, tem sua referência interpretativa nos estudos de linguagem e hermenêutica filosófica contemporânea, como possibilidade de desvelamento das matrizes discursivas, através dos currículos, observações e entrevistas realizadas para a compreensão da sua efetivação na práxis.

Palavras-chave: Discursos. Práxis. Educomunicação. Pedagogia. TICs e mídias.

Introdução

Uma palavra só tem significado no contexto de uma proposição: isto é como dizer que somente em uso um bastão é uma alavanca. Somente a aplicação a transforma em alavanca [...]

Pode-se dizer: O sentido de uma proposição é seu propósito. (Ou, a respeito de uma palavra, “Seu significado é seu propósito”). (WITTGENSTEIN, 2005, pp. 44-45)

As reflexões aqui apresentadas fazem parte de um dos fragmentos da tese doutoral em construção **Entre o dizer e o fazer com as mídias e tecnologias na formação do pedagogo**, a qual investiga através dos discursos no campo, a inclusão, usos e práticas com as TICs e mídias na Universidade do Estado da Bahia. Assim, dos currículos aos entendimentos das ações, é perceptível diante dos documentos e matrizes discursivas (BAHIA, 2007; 2008; 2011), a compreensão não consensual entre as escolhas das propostas e componentes curriculares entre os departamentos², o que incide sobre os significados de aspectos pontuais na inter-relação dos campos (comunicação e educação). No contexto, são 12 cursos presenciais, com três propostas de cur-

¹ Tecnologias da Informação e Comunicação.

² Em formato de multicampia, são três currículos analisados, sendo as propostas autorais: (1) Salvador (Departamento de Educação - DEDC I) e (2) Juazeiro (Departamento de Ciências Humanas, Campus III, DCH III); e os demais que compartilham um currículo, casos de Senhor do Bonfim (DEDC VII), Paulo Afonso (DCH VIII), Barreiras (DCH IX), Teixeira de Freitas (DEDC X), Serrinha (DEDC XI), Guanambi (DEDC XII), Itaberaba (DEDC XIII), Valença (DEDC XV), Irecê (Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias, DCHT XVI), Bom Jesus da Lapa (DCHT XVII).

rículos que divergem entre si sobre as matrizes e referências à formação (IDEM, DEDC I, 2007; DCH III, 2011; DEDC VII, 2008).

Nesta perspectiva, os documentos oficiais (IBIDEM) apresentam e destacam as abordagens relacionadas aos processos comunicacionais, *medium* de comunicação e inclusão das tecnologias, em três possibilidades de hipóteses e pressupostos diversos, a serem compreendidos e efetivados na práxis, sem, contudo, estarem evidenciados nos discursos, como conceitos/significados, cujos vieses em questão são propostos e entendidos nesta pesquisa como mídia-educação, tecnologias *na/da/para* a educação e/ou educomunicação (EDUCOM), não havendo, entretanto, uma convergência explícita sobre as escolhas quando se refere a estes aspectos.

Como objeto de análise, a escolha recai sobre a presença da EDUCOM em uma das abordagens, ao reconhecê-la no currículo do DCH III, como desafio epistemológico à pedagogia e educação, sobre a inclusão da comunicação como campo científico e de diálogo no imbricamento, a partir da interface. Entre as três propostas analisadas, esta é evidenciada como núcleo de aprofundamentos de estudos em educação e comunicação na formação inicial do pedagogo (BAHIA, 2011), cujo percurso e entendimentos não encontram as mesmas referências nos demais currículos — DEDC I e DEDC VII (idem, 2007; 2008). A evidência está no reconhecimento dos processos comunicacionais como processo didático-pedagógico, incluindo no *fazer*, a emergência de uma outra referência, a qual não está explicitada em documento como paradigma e campo, sua presença é entendida como uma área de estudos (idem, 2011), aspecto que deixa em aberto o escopo e relevância da EDUCOM.

Por isso, a escolha desta proposta entre as demais, exigindo compreensão da sua insurgência como possibilidade (edu)comunicativa na inter-relação dos campos, como *medium* de potencialização dos contextos educacionais (CITELLI; COSTA, 2011), o que difere das outras, que não tocam no termo, significado e/ou conceito nas matrizes apresentadas, pois optam por incluir e discutir a relação interdisciplinar com as TICs e mídias, seja como uma presença mais imbricada com a educação ou com o destaque às tecnologias, sem evidenciar a EDUCOM ou, ainda, a própria educação nos estudos pontuais, como demonstrará a ementa do componente curricular obrigatório do DEDC VII (Tabela 1).

A metodologia está direcionada ao entendimento dos deslocamentos nas fundamentações dos campos, sob a influência da razão que orienta os discursos (CITELLI, 2009). Assim, o processo de investigação parte do contexto da interface e complexidades que envolvem as mediações, com os princípios do mundo da vida (HABERMAS, 2008), perpassando pela pesquisa participante e as interpretações pautadas na hermenêutica filosófica, como inspiração para o entendimento das rationalidades (GADAMER, 2001).

Portanto, busca compreender nas matrizes os destemplos (MARTÍN-BARBERO, 2014) das rationalidades e intencionalidades que incidem nas escolhas formativas dos currículos, sobre a possibilidade de um *não-lugar* (AUGÉ, 2000), tempo e espaço, uma vez que a indefinição de uma referência consensual e temporalmente construída sobre a formação com as TICs e mídias, enfatizada pela diversidade e deslocamentos, evidencia o(s) distanciamento(s) entre as propostas. Nesse sentido, a discussão de uma destas que tem a EDUCOM na emergência dos

estudos imprime, nas pautas que orienta, outros modos de fazer dos protagonistas, propondo para além da perspectiva instrumental e deixando em aberto à interpretação uma ação mais (edu)comunicativa da pedagogia na construção de outros diálogos, ainda pouco discutidos e incluídos no desenvolvimento do próprio campo. Na pesquisa, essas reflexões têm se configurado como uma das principais questões sobre a relevância teórico-metodológica da EDUCOM com as TICs e mídias na formação inicial do pedagogo, por ser única e diversa dos demais currículos da universidade e quiçá do Brasil.

As matrizes de formação

Diante do desafio exposto, de compreender a partir dos discursos elaborados e difusos nos currículos, a pesquisa também reconhece a multiplicidade dos *campi* e departamentos, o que justifica a autonomia “relativa” das matrizes. Ademais, em se tratando de um campo científico específico, faz-se necessário uma análise sobre as formas como estas têm sido propostas, pois com a diversidade dos contextos, ao referir-se à área, poder-se-ia promover uma maior amplitude na compreensão das categorias que os constituem, a partir dos diálogos e ações dos sujeitos que nestes atuam, para a re-significação da missão que assume como universidade *multicampi*. O que é perceptível através das matrizes, que são percursos autônomos entre si.

Com relação à graduação envolvendo as TICs e mídias, a pesquisa busca conhecer os cenários *onde/como* as formações acontecem, pois é preciso clareza de que os componentes e percursos escolhidos evidenciam apenas uma das áreas na abrangência e complexidade. As informações são organizadas para promover o conhecimento dos aspectos principais de forma mais clara possível, onde as coerências, semelhanças e diversidades apresentam suas caracterizações e identidades, num percurso onde cada um é singular e pontual, exigindo cuidado nas comparações e juízos.

A tabela a seguir foi elaborada com as informações disponíveis nos três projetos pedagógicos, destacando a questão das TICs e mídias, área que converge e toca a interface. Está organizada por *campus/departamento*, os nomes dos componentes curriculares, a carga horária, o semestre letivo e as ementas.

Componentes curriculares	Carga horária	Semestre	Ementas
Campus - DEDC I			
Educação e Tecnologias da Comunicação e Informação	60 h	7º	Educação e tecnologias da comunicação e da informação: problematização da técnica e da tecnologia; elemento comum aos contextos didático-pedagógico escolar, comunicacional e informacional emergentes; ressignificação da didática e do currículo a partir da identificação, da vivência e da reflexão crítica sobre diferentes fazeres formativos e educativos; modos de elaboração de conhecimentos e comunidades epistêmicas. Os fundamentos filosófico-antropológicos, tecnocientíficos, em uma perspectiva sócio-histórica, das tecnologias de comunicação e informação; a formação do educador a partir dessa emergência contemporânea, a superação de processos societário capitalistas e de sua matriz tecnocientífica da modernidade.
Antropologia da Mídia (Seminários Temáticos de Educação I)	30 h	3º	Contribuições teóricas ao estudo da mídia, enquanto fenômeno sócio-cultural. Cultura, educação e mídia. Televisão e produção de significados na sociedade de consumo com ênfase no contexto brasileiro. Cinema e identidade cultural.
Educação a distância (Seminários Temáticos de Educação II)	30 h	7º	Educação a distância, histórico mundial e no Brasil; educação a distância enquanto modalidade particular de prática educativa; meios de prática dessa modalidade (correios, rádio, televisão, meio telemático); sociedade da informação e a Educação a Distância; reflexos sociais da Educação a Distância; reflexões sobre o futuro da Educação a Distância no espaço social e virtual.
Metodologia da Alfabetização e tecnologias da informação e comunicação - Laboratório de investigação criativa (Seminários Temáticos de Educação III)	30 h	8º	A psicologia genética de Jean Piaget a abordagem sócio-Histórica de Vygotsky e Wallon, implicações metodológicas para os processos de aquisição, de desenvolvimento e uso da lecto-escrita; aquisição da escrita e inclusão digital no ensino fundamental da rede oficial; o papel da mediação docente em ambientes informatizados; a função do jogo e o papel dos jogos eletrônicos na aquisição da lecto-escrita; construção criativa de materiais didáticos multimídia para classes de alfabetização, testagem e avaliação dos materiais.
Campus - DCH III			
Educação e Comunicação	60 h	3º	Estuda a educação e comunicação com seus conceitos básicos, suas transformações e relações. As aproximações entre educação e comunicação. A linguagem dos meios de comunicação visuais, sonoros e impressos na escola contemporânea e suas possibilidades educativas. Educação do olhar, o papel do educador na introdução dos conceitos de educação e comunicação na formação do aprendiz.. O uso dos meios interativos.
Educação e Tecnologias da Informação e Comunicação	60 h	4º	Estudo de diferentes enfoques teóricos e práticos sobre as novas tecnologias da informação e da comunicação na educação. As implicações pedagógicas e sociais do seu uso na educação, no contexto da história da tecnologia educacional e da escola contemporânea. Estudo de políticas públicas em informática educativa.

Educação a distância	60 h	6º	Estuda as experiências contemporâneas governamentais e não governamentais em educação à distância: PROINFO, TV ESCOLA, PROFAE, TELECURSO 2000, UNIREDE e outras. Concepções de educação, de aprendizagem, de conhecimento, o processo educativo e as práticas comunicacionais nesses programas.
Linguagem e Comunicação	60 h	6º	Estuda os princípios básicos da teoria das comunicações. Análise das linguagens utilizadas no processo de comunicação e informação na contemporaneidade, relações entre semiótica, educação e comunicação.
Didática e tecnologias	60 h	7º	Analisa a didática aliada às novas tecnologias: pressupostos teóricos-metodológicos do uso da mídia na educação. Audiovisual na educação: potencialidades do uso da TV, vídeo e rádio na produção do conhecimento.
Seminários Temáticos	60 h	7º	Discute a organização de seminários para o aprofundamento de temas como educação, comunicação e tecnologias. Estudo de temas da educação de interesse dos alunos ou sugeridos pelo corpo docente que envolva educação, comunicação e tecnologias.
Laboratório de Comunicação	60 h	8º	Estuda a avaliação de softwares na área educacional como logo e outros. Reflexão e discussão de bases para elaboração de um projeto pedagógico, que inclua a utilização dos meios tecnológicos de comunicação.
Tecnologias na Educação	60 h	8º	Analisa as tecnologias e de suas concepções nas sociedades tribais, antiguidade, modernidade e contemporaneidade. Discussão acerca do caráter localizado dessas tecnologias e de suas implicações e impactos na organização sócio-econômico e político-educacional de cada contexto.

Campus - DEDC VII

Tecnologia da Informação e Comunicação	60 h	5º	Estudo de diferentes enfoques teóricos e práticos sobre as tecnologias da informação e da comunicação na educação. Estudo dos principais recursos tecnológicos da área da comunicação e da informação, suas características e principais funções e sua utilização no ensino e na aprendizagem no âmbito escolar. Influência das TIC's na vida social, política e econômica da sociedade. Estudo de políticas públicas em Informática Educativa e EAD.
Educação, Mídia e Comunicação	90 h	Do 4º ao 8º períodos	Não possui ementa definida.
Educação a distância	90 h		Idem
Laboratório de Comunicação	90 h		Ibidem

Tabela 1: Componentes curriculares e/ou percursos que envolvem os dados compilados a partir das três propostas. (BAHIA, 2007, 2011; 2008).

Os componentes destacados anteriormente em negrito são os ofertados como obrigatórios, com os quais todos os graduandos interagem. Como exposto, os três possuem um componente semelhante “Educação e Tecnologias da Comunicação e Informação” para DEDC I e “Educação e Tecnologias da Informação e Comunicação” para DCH III (mudam apenas a ordem de um dos termos) e “Tecnologias da Comunicação e Informação” no DEDC VII. Este último não faz men-

ção ao termo ou inter-relação com a educação, ao que parece, e poderia estar implícito, uma vez que se trata de uma disciplina da pedagogia. Entretanto, como as observações e as entrevistas realizadas têm apontado, dependendo da abordagem docente, a ênfase pode ficar mais na perspectiva das tecnologias do que na sua inter-relação com a educação.

A interface dos campos aparece como princípio formativo apenas no currículo do DCH III, deixando claro a partir do componente “Educação e Comunicação” que inicia a proposição dos estudos, a partir deste viés e paradigma, sendo ainda reforçado com o núcleo. Enquanto os demais propõem uma formação em nucleação, como definido pelas diretrizes³ de escolha por oferecer uma matriz única a todos os graduados, as nuances formativas dos outros componentes “além dos obrigatórios” ficam sob o critério da demanda e aprovação prévia do colegiado e departamento. Entretanto, na proposta aqui em destaque os graduandos optam por uma das possibilidades formativas, que são: (1) núcleo de educação infantil e séries iniciais, (2) núcleo de educação e comunicação e (3) núcleo de educação de jovens e adultos.

Por que tal configuração se justifica e fundamenta o destaque para a EDUCOM? Uma primeira análise a ser considerada é a que supera a ideia de pensar a inclusão das TICs e mídias como mera ferramenta e/ou instrumento a serviço, como recurso de ensino, uma vez que se propõe para além da perspectiva de uma razão instrumental. Pelas próprias características que compõem a EDUCOM, os projetos partem dos contextos para promover e potencializar os construtos dos sujeitos sobre a própria realidade e conhecimentos, com vistas a uma formação mais comunicativa que dialoga com o entorno, estabelecendo ainda relações entre os discursos, modos, tempos e espaços onde acontecem. Ou seja, não se propõe como uma forma “exclusiva” para pensar as tecnologias e mídias, mas também não as ignora por fazerem parte do mundo vital dos sujeitos. Como afirma Citelli (2011, p. 64):

Ante um ambiente cultural atravessado de maneira contínua por mudanças resultantes — para restringirmos os nossos referenciais — das novas mediações tecnológicas, de apreensão cronotópica forjada pelo ritmos do tempo acelerado e do espaço contraído, pelo trânsitos, muitas vezes imperceptíveis, envolvendo ocorrência, presencialidade, virtualidade, se torna imperioso propor o estreitamento das passagens entre novos sensórios: educação e comunicação.

A pesquisa irá ainda investigar que ao se propor como um dos percursos de investigação e ação na pedagogia, alguns conflitos vêm à tona: o primeiro se refere ao lugar da EDUCOM no campo educacional, necessitando ainda de esclarecimentos; em segundo, o significado da escolha de apenas um dos departamentos para esta possibilidade, se a sua relevância é notoriamente compreendida em alguns contextos e estudos (*idem*), por que na educação é vista como um projeto externo ao campo? Em terceiro, está relacionada ao necessário estado da arte das TICs e mídias na educação, sua gênese e diversidade, traçando nos contextos os entendimentos a serem promovidos diante da diversidade, que tendencia a uma compreensão de *não-lugar*, tempo e espaço da área nos currículos. Como a tabela apresenta, no DEDC I a presença é no 7º semestre, quase ao final da graduação e, portanto, espaço no qual as experiências da realidade

³ Resolução CNE/CP n. 1, de 15 de maio de 2006, que institui diretrizes curriculares nacionais para o curso de graduação em Pedagogia (licenciatura).

profissional futura se encontram em fase de conclusão. Assim, se não houve por parte daqueles que promoveram a formação a inclusão desta área, a tendência que se observa é de deixar de fora das práticas nos estágios supervisionados e projetos de diversas naturezas didático-pedagógicas. No DCH III a área perpassa “transversalmente” todo o currículo, no 3º e 4º semestre (Tabela 1), e com possibilidade de continuidade para os discentes que pretendem a formação nesta dimensão da atuação docente. Entretanto, a proposta não define sobre o resultado desta especificidade no campo, pois é uma graduação em pedagogia e, como tal, ao final o escopo profissional é o pedagogo. Nesta, as descrições do núcleo não deixam claro se teria a conotação de educomunicador como defende o campo em emergência ou pedagogo-educomunicador (REIS; TELES, 2018). O terceiro (DEDC VII) é ainda mais reduzido que os demais, não toca na interface e o componente curricular não explicita os estudos como uma área interdisciplinar, pois são destacadas as tecnologias, o que pode ser interpretado como uma preparação do futuro profissional numa perspectiva mais instrumental.

Discursos e práticas sobre a interface educação e comunicação

As implicações teórico-metodológicas do campo comunicacional para os contextos formativos dos departamentos estão explicitados através dos componentes, ementas e bibliografias nos documentos oficiais, como um princípio epistemológico nas propostas. As três referências apresentam diferenciações desde a escrita à escolha das disciplinas (Tabela 1), as quais se ampliam com a escuta dos sujeitos. Para tanto, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com docentes, discentes egressos e coordenadores de curso. Nesses contextos discursivos, pode-se afirmar, mesmo que brevemente, que as críticas e incompreensões sobre os usos das TICs e mídias na graduação ainda se fazem presentes, desde o lugar, ou seja, a identidade, o tempo (quantidade de disciplinas e semestres) e o espaço, até quando são inseridas nos currículos.

A comunicação está presente em todas as propostas, sendo que em duas delas (DEDC I e DEDC VII), a ênfase na formação está direcionada às tecnologias, em diferentes perspectivas; assim, constata-se sua presença, mesmo tênue e pouco discutida. O DCH III propõe a interface como um dos vieses de compreensão, aspecto a ser mais investigado e incluído no percurso formativo, nos estudos e práxis do campo educacional, o qual se define, ainda, como um construto necessário à recriação de outra proposição curricular, com vistas a valorizar as especificidades e emergência dos processos comunicacionais, sempre presentes nas relações entre os sujeitos, com a presença dos *media* no mundo.

A EDUCOM se propõe como princípio epistemológico e didático-pedagógico, o qual imbui de complexidade os significados do estudo na pedagogia, pois não se trata de um campo científico consolidado (BACCEGA, 2011). Os posicionamentos estão claramente pautados na criatividade e autonomia autoral na construção dos currículos, os quais evidenciam os entendimentos divergentes sobre a área. Uma das respostas a essa reflexão é de que são múltiplos e diversos entre si, assim são também as práticas, o que amplia em desafios, uma vez que não se trata da escolha de um deles, assim como cada uma dessas formas de fazer e promover a construção discursiva dos conhecimentos que colaboram efetivamente com o desenvolvimento da educação.

Os percursos construídos são possibilidades para a busca de sentidos, nas escolhas realizadas para o possível caminho de entendimento do fenômeno. As categorias estão centradas na linguagem como fenômeno (WITTGENSTEIN, 2003) e meio (GADAMER, 2001), com o cuidado para a investigação dos discursos nos contextos, como sua principal *technè* a ser interpretada e compreendida como processo que não está estagnado em uma ação, mas nas múltiplas e dinâmicas relações que criam, recriam, constróem, desconstróem, significam, ressignificam, trazendo ao campo a complexidade das formações. Para Gadamer (2001, p. 457):

A interpretação, também para nós, não é um fato pedagógico, mas o atuar-se da própria compreensão, que se compõe plenamente no seu explícito articular-se em palavras, e isso não somente para os outros aos quais eventualmente o intérprete (por exemplo, o pastor) se dirige, mas para o próprio intérprete.⁴ (Tradução própria)

Toda interpretação inclui a possibilidade de ser comunicada aos outros (idem). O desafio é epistemológico e metodológico contemporaneamente na investigação dos princípios que compõem os campos, numa clara intenção (conflituosa) de diálogo, para que um campo não exerça força sobre o outro, anulando ou subjugando-o às proposições do próprio percurso científico, ou seja, o escopo final é um percurso teórico-metodológico construído na interface, onde as “experiências cognitivas” (DUARTE, 2005, p. 12) apresentem como resultado um mosaico de possibilidades para a ampliação dos horizontes da pesquisa na perspectiva inter/transdisciplinar para definição, mapeamento e exploração de novos/outros cenários e suas implicações formativas e cognitivas para a formação inicial com as TICs e mídias.

Considerações finais

Por ser o currículo um lugar de “disputas”, de construção dos grupos que os propõem, este estudo acredita ser coerente a realização de uma proposta que promova o diálogo entre as formações e os espaços de atuação profissional, o qual pode ainda colaborar com reflexões que levem a repensar a formação neste âmbito, não apenas nos departamentos delimitados, como para toda a universidade. A contribuição dar-se-á através da troca de informações e socialização das etapas da pesquisa, bem como os construtos sobre o tema para o tópico, uma vez que a (re)formulação deste aspecto depende dos sujeitos em seus espaços. A colaboração é de participante e não de agente de transformação; a transformação não parte de um sujeito a outro, é uma construção autoral compartilhada e interdiscursiva, promovida nas ações do grupo. “Não há sujeito sem passar pelos ‘desfiladeiro da palavra’, mas não há palavra sem o assunto da própria história.” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 38)

A hermenêutica filosófica entra no percurso de investigação para construir o diálogo na interface dos campos, uma vez que estamos a todo o tempo buscando conhecer e compreender o mundo e a cultura na ação e inter-relação dos processos criados por nós e outrem através da linguagem, cujas possibilidades são postas em jogo para potencializar a interpretação e/ou, até

⁴ L'interpretazione, anche per noi, non è un fatto pedagogico, ma l'attuarsi della comprensione stessa, che si compie pienamente nel suo esplicito articolarsi in parole, e ciò non solo per gli altri ai quali eventualmente l'interprete (ad esempio il predicatore) si rivolge, ma per l'interprete stesso.

mesmo, a possibilidade de “desvelamento” do que se mostra à nossa frente. Assim, a hermenêutica é uma referência como possibilidade filosófica de compreensão, autocompreensão, crítica e autocritica da prática pedagógica que amplia as condições de novas interpretações para o campo educacional (HERMANN, 2002).

Até o momento, pode-se ainda afirmar que este é um tópico que se justifica pela multiplicidade das referências encontradas, que desafiam os entendimentos e mediações das matrizes discursivas que incidem na prática pedagógica. Compreende-se, portanto, uma hermenêutica como campo filosófico de possibilidades para a construção argumentativa do percurso teórico-metodológico, o qual encontra na centralidade da linguagem, o elemento mediador da construção/constituição dos discursos, interdiscursos, subjetividades e intersubjetividades, que constroem as estruturas formativas nas escolhas das ações desenvolvidas, bem como os percursos e orientações para os sujeitos e os currículos. No contexto da pesquisa, observa-se a EDUCOM como um paradigma que imprime um “*telos*” de maior complexidade e dialogicidade com a contextualização, apontando para uma reaproximação dos destempos, entre a formação institucionalizada e a realidade.

Referências

- ARROYO, Miguel G. **Curriculum, território em disputa**. 5 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- AUGÉ, Marc. **Los “no lugares” espacios del anonimato**: una antropología de la Sobremodernidad. Barcelona, Espanha: Gedisa, 2000.
- BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. In: CITELLI, Adilson Odair e COSTA, Maria Cristina C. (Orgs.) **Educomunicação**. Construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo, Paulinas, 2011. p. 31-41.
- BAHIA. Universidade do Estado da Bahia. Departamento de Educação. Comissão de Reformulação Curricular. **Projeto Pedagógico do Curso de Pedagogia Reformulado. Campus I**. Colegiado do Curso de Pedagogia. Salvador: O Departamento, 2007.
- _____. Universidade do Estado da Bahia. Departamento de Educação. Comissão de Reformulação Curricular. **Projeto Político Pedagógico do Curso de Pedagogia. Campus VII**. Colegiado de Pedagogia. Senhor do Bonfim: O Departamento, 2008
- _____. Universidade do Estado da Bahia. Departamento de Ciências Humanas. Comissão de Reformulação Curricular. **Projeto de reconhecimento do Curso de Pedagogia - Licenciatura. Campus III**. Colegiado do Curso de Pedagogia. Juazeiro: O departamento, 2011.
- BRASIL. Ministério da Educação e do Desporto. Conselho Nacional de Educação. **Resolução CNE/CP n. 1/2006**, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Pedagogia. Brasília: MEC/CNE, 2006.
- CITELLI, Adilson Odair e COSTA, Maria Cristina C. (Orgs.) **Educomunicação**. Construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo, Paulinas, 2011.
- _____. Comunicação e educação: implicações contemporâneas. In: CITELLI, Adilson Odair e COSTA, Maria Cristina C. (Orgs.) **Educomunicação**. Construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo, Paulinas, 2011. p. 59-76.

_____. “Comunicação e educação: passagens e deslocamentos”. **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo, CCA/ECA/USP/Paulinas, jan-abr. 2009.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

GADAMER, **Verità e Metodo**. XIII edizione, Milano, Italia: Studi Bompiani: 2001.

HABERMAS, Jurgen. **Teoria dell'agire comunicativo. I**. Razionalità nell'azione e razionalizzazione sociale. Urbino, Italia: il mulino, 2008. (Vol. I)

HERMANN, Nadja. **Hermenêutica e Educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

REIS, Edmerson dos Santos ; TELES, Edilane Carvalho. A inter-relação Educação e Comunicação na formação do pedagogo. **ESFERAS**, v. 1, p. 1-9, 2018.

WITTIGENSTEIN, Ludwig. **Observações filosóficas**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

Comunicação, narrativas e circulação de sentidos

A experiência comunicacional através das histórias em quadrinhos¹

Perivaldo Oliveira de Souza

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) na linha Linguagens e Estéticas da Comunicação da área de concentração Teoria e Pesquisa em Comunicação. Pesquisador do Observatório de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP. E-mail: artpeoliveira@gmail.com.

Resumo: Este texto tem como objetivo ligar conceitos da comunicação do sensível à narratologia e à área das histórias em quadrinhos, se desprender das análises técnicas e engendrar por novos caminhos. Ao buscar entender como a narrativa pode afetar o sujeito, partimos de estudiosos do sensível e da narrativa como causadora de afetos. Em paralelo, a imagem em uma arte sequencial é ponto central em qualquer análise estética e a experimentação visual abre novos olhares e caminhos de apreensão de histórias.

Palavras-chave: Quadrinhos. Narrativa. Comunicação do sensível.

Introdução

Primeiramente, o pesquisador e os seus interesses se colocam na própria pesquisa ao delimitar o problema ou fenômeno estudado, pois ele se desvenda a partir do que o atrai como trabalhador intelectual exploratório e de exercício de suas capacidades mentais e acadêmicas. Em equivalência com Eduardo Duarte (DUARTE et al, 2016, p. 29): “Falamos dos nossos objetos em primeira pessoa porque ele nos atravessa a experiência enquanto consumidores e pesquisadores de seus efeitos [...]”, o que significa que, como pesquisadores, vivemos em relação ao objeto, em um diálogo de mão dupla em que, como vemos, o objeto é parcial às nossas experiências e o objeto nos afeta. Dito isso, posicionei meu interesse nas narrativas visuais, mais precisamente na linguagem das histórias em quadrinhos e como ela se comporta pela experiência estética. Pela minha jornada de vida e profissional, sempre absorto dentro desse universo e refletindo sobre a partir de leituras, a pergunta de pesquisa surge dessa inquietação do que significa estar imbuído das narrativas. Ao se colocar em palavras: Como vivenciamos as histórias em quadrinhos no contexto contemporâneo da comunicação?

O objetivo desta pesquisa é aproximar conceitos teóricos da comunicação e narratologia à área das histórias em quadrinhos para analisar a capacidade expressiva dessa linguagem. O poder narrativo e imagético dos quadrinhos e sua estrutura ainda é pouco explorada, por con-

¹ 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.

seguinte, há muito espaço para análises do seu discurso, do seu potencial de contar histórias e fazer parte de nosso modo de se relacionar. O desenvolvimento desta pesquisa terá como base responder à questão e verificar por meio de uma análise descritiva como esse potencial narrativo é exercido ao caminhar com o próprio objeto de análise e captar essa experiência por meio da linguagem.

Em seguida, o método de trabalho surge pelo modo como será tratado o objeto de pesquisa, que neste enquadramento tem como figura central para a construção teórica e potencializador das relações conceituais e integral para a organização estrutural de uma análise baseada em experiências, na conjugação do racional com o sentir da narrativa.

Em acordo com Duarte et al (2016, p. 30), o objeto é o guia fundador do texto, pois “[...] objeto é o centro a partir do qual são descritas suas partes, seu funcionamento, suas dinâmicas de emergência e as relações que estabelece criando e produzindo efeitos estéticos.” Desse raciocínio, as escolhas metodológicas resultam em grande parte da questão de pesquisa elaborada que, segundo Yin (2010, p. 49), “[...] o método do estudo de caso é, provavelmente, mais apropriado para questões ‘como’ e ‘por que’, por isso sua tarefa inicial é esclarecer, precisamente, a natureza de suas questões de estudo a esse respeito.” Dentro dessa perspectiva, o estudo de caso é apontado como método adequado para a questão colocada.

O método de estudo de caso também se torna relevante quando as questões de pesquisa procuram explicar e descrever algum fenômeno social contemporâneo complexo por meio de uma investigação empírica profunda. No caso desta pesquisa, o fenômeno é a percepção estética pela linguagem narrativa das histórias em quadrinhos e seus desdobramentos comunicacionais.

Outros motivos para a escolha do método de pesquisa de estudo de caso é pelo foco na contemporaneidade do estudo e pela não manipulação dos acontecimentos, tanto quanto pela falta de controle sobre o fenômeno. A utilização desse método tem como objetivo a generalização teórica ampla, decorrente de estudos sobre estética e semiótica, ressaltando a interdisciplinariedade das relações comunicacionais nas artes sequenciais.

Consequentemente, a partir da definição da questão de pesquisa e da escolha metodológica como forma descritiva do fenômeno social citado anteriormente, a delinearão da unidade de análise apropriada é a escolha da minissérie coletada em **The Sandman Overture deluxe edition**, de Neil Gaiman, J. H. Williams III e Dave Stewart (2015). A escolha por este encadernado é produto dos próprios temas discursivos explorados na história e de seu uso da linguagem ao tratar desses temas, vistos nas proposições teóricas acerca do potencial narrativo das histórias em quadrinhos representada pelo trabalho de Will Eisner como teórico, e também por representar as circunstâncias necessárias para testar (confirmar, ampliar) a teoria que abordará o fenômeno da comunicabilidade nas artes sequenciais. Pela constituição da obra como uma história única e estruturação autoral da narrativa, o projeto é definido como estudo de caso único.

Antes de partir para a coleta de dados, contudo, o estudo de caso precisa ser fundamentado em uma teoria preliminar para que essa coleta seja feita de forma relevante e de acordo com os próprios tópicos estudados e também com a finalidade de testar e ampliar a teoria desenvolvida,

estendendo a questão de pesquisa formulada pelos procedimentos metodológicos e, assim, estruturando um estudo de caso completo. Uma teoria bem desenvolvida resulta em interpretações de dados mais eficientes, formando uma estrutura teórica conceitual a ser referenciada e utilizada como orientadora da pesquisa; um padrão comparativo do empirismo metodológico. A revisão da literatura relacionada aos tópicos de estudo, que integra uma parte desse projeto de pesquisa, é o início da formação dessa teoria. Outro fator importante, como colocado por Yin (2010, p. 61), é de caráter generalizante: a teoria facilita a “generalização analítica” resultante do estudo de caso.

As discussões acerca das percepções da estética de uma obra e de como ela trabalha narrativamente por meio de sua linguagem se tornam os novos caminhos dessa pesquisa, a partir de ideias levantadas e estimuladas pelos debates da comunicação do sensível e um novo modo de entender a comunicação, assim como as dimensões simbólicas da narrativa. A comunicação é relativa à alteridade, a intenção do “eu” em se comunicar com o “outro”, no caso o autor e o leitor. Mas a comunicação não é simples transposição de informação, da história, pela leitura. A comunicação acontece pela subjetividade, como a história afeta as pessoas e as transforma e é, portanto, um acontecimento raro. Assim sendo, há uma proposta de compreensão que as histórias em quadrinhos buscam por uma experimentação da linguagem da arte sequencial e desvelar experiências emocionais subjetivamente significativas.

Narrativa e comunicação

Inicialmente é preciso definir o que se entende como narrativa dentro de suas próprias ambiguidades conceituais. Narrar vem do ato de se contar histórias, de apresentar ao mundo outras realidades, sejam elas reais ou imaginadas. Portanto, tem ligação intrínseca com o sentimento de pertencimento no mundo, na sociedade ou de participação em qualquer grupo humano, antigo ou moderno. Então narrativa é esse discurso, essa forma de representar acontecimentos que assumem determinadas relações entre si e nela há muito das experiências vivenciadas por quem profere esse discurso, pois quem narra, narra o que viu, o que sentiu ou experienciou de algum modo. Mas narrar é ficção e a interligação entre os dois é intrínseca aos seus conceitos, dado que a narrativa acontece pela reordenação sínica do que se vê ou se ouve, do que se imagina ou quer passar; enfim, como representação de acontecimentos. Os acontecimentos da narrativa se relacionam de diversas maneiras, por encadeamento, por repetição, por oposição etc., mas o ponto fundamental de sua coerência significacional depende simplesmente da sequencialidade da história.

Tzvetan Todorov, em seu livro **As Estruturas Narrativas**, fala que a organização da narrativa se faz presente nos níveis da interpretação e não no dos acontecimentos interpretados e que para criar uma “narrativa ideal” se parte de uma situação estável que uma força desestabiliza: “A narrativa se constitui na tensão de duas forças. Uma é a mudança, o inexorável curso dos acontecimentos, a interminável narrativa da ‘vida’ (a história).” (TODOROV, 2006, p. 21) A outra força é a repetição, que tenta dar ordem e sentido a esse caos. Essa repetição pode ser vista como o próprio cerne cíclico da vida, de repetição de acontecimentos passados e futuros, onde o instante é apenas parte episódica na saga da existência do homem. Ainda em outro trecho ele diz:

A narrativa elementar comporta dois tipos de episódio: os que descrevem um estado de equilíbrio ou de desequilíbrio e os que descrevem a passagem de um ao outro. Os primeiros se opõem aos segundos como o estático ao dinâmico, como a estabilidade à modificação, como o adjetivo ao verbo. (TODOROV, 2006, p. 162)

Em vista disso, podemos dizer que a narrativa é a força organizativa desses estados, é o que dá concordância a um mundo de acontecimentos sem ligação aparente. Não obstante, também é uma força transformativa tanto do extraordinário quanto do costumeiro por intermédio de sua natureza conectiva com o social. A narrativa é uma força de mudança e movimento, ela é imaginativa, transformativa e criadora de afetos.

A necessidade de contar histórias e representar/apresentar o mundo determina a grande importância dos meios narrativos, pois é através dela que entramos em contato com as histórias, sejam elas reais ou ficcionais. Logo, a narração, tanto oral, escrita ou visual, é uma forma de manifestação e de relação do indivíduo com o mundo, com seu meio social advindo desde os primórdios da existência do homem com as pinturas rupestres, narrativas orais e mitos. A relação dos indivíduos com essas histórias surge da necessidade de transmissão de tradições, línguas, ensinamentos, rituais, valores diversos que envolviam os valores da comunidade. Para passar um conhecimento, o narrador contava um mito para o grupo, que é uma história de aspecto real, porém contado de forma simbólica, necessariamente com o intuito de ensinamento e com grande importância social, cultural e mesmo religiosa. A origem desse mito pode remontar às histórias criadas a partir dos sonhos e experiências que o contador ancestral teve, mas também como as pessoas recebiam essas histórias e o reforço emocional que era colocado ao repassá-las adiante. No caso dos primórdios da narração visual, com as pinturas rupestres havia um propósito de ensinamento da caça aos mais jovens da tribo:

As histórias são usadas para ensinar o comportamento dentro da comunidade, discutir morais e valores, ou para satisfazer curiosidades. Elas dramatizam relações sociais e os problemas de convívio, propaga ideias ou extravasa fantasias. (EISNER, 2005, p. 11)

Mas o que é a história e no que ela difere da narrativa propriamente dita? Ela é o conteúdo ou o significado particular narrado. E é nessa relação que se fundamenta a ambiguidade e a peculiaridade conectiva da narrativa com a história, pois uma só existe mediante a outra. A narração é o que dá vida à história, o ato de apresentar o conjunto de acontecimentos e o ato que a produz. Este discurso narrado depende de como o narrador se relaciona com a história e como o é narrado, podendo ter diversas funções e relações com o texto narrativo, pois a narração está ligada à interpretação dos fatos ou da criatividade imaginativa, porque a história narrada, seja ela real ou ficcional, é de um ponto de vista específico: do autor/narrador. O narrador tem ligação direta com a história contada em decorrência da natureza parcial do que se conta.

Toda a história é subjetiva em relação às escolhas que se faz no ato da narrativa, resultantes de quais acontecimentos são narrados, por quais aspectos são omitidos, quais serão os pontos de vista e perspectivas e, não tão menos importante, é o quanto de nós mesmos colocamos na história ao produzi-la e o quanto de nós mesmos vemos refletido ao experientiar a narrativa. Em

paralelo às discussões sobre sonhos em **O Homem e Seus Símbolos**, podemos dizer que a narrativa tem um vínculo comunicacional direto com o narrador/autor e com aquele que a apreende, uma vez que é “[...] um meio de comunicação que usa símbolos comuns a toda a humanidade, mas que os emprega sempre de modo inteiramente individual, exigindo para a sua interpretação uma ‘chave’, também inteiramente pessoal.” (JUNG, 2008, p. 11) Essa “chave” pode ser compreendida quando há uma identificação com os personagens, com os acontecimentos da história, mas também pode ser examinada pelo elemento emocional e afetivo que ela é capaz de causar. Pelo seu caráter mais universal e abrangente, a narrativa ainda se caracteriza pela sua subjetividade e capacidade de afetar e transformar de alguma forma os indivíduos. O sonho é um mito individual, particular, com ligação direta com aquele que o sonha, enquanto o mito em si está ligado com todos, como um sonho coletivo. Assim como acontece nos mitos, as histórias em geral, mesmo com referência na realidade, são figurações oníricas, metafóricas e psicológicas, abraçando a profundidade da existência através da mente e afeto, transformando não apenas a vida consciente, mas também inconsciente.

A história é constitutiva do ser humano desde os primórdios, fazendo parte de seu processo de socialização e antropologização do mundo. Sentimos o mundo e nos formamos a partir de um repertório de histórias que surgiram bem antes de nós, mas que continuam vivas em um processo cíclico eterno e relacional de constante renovação e criação, estimulando as experiências por sua pluridimensionalidade. A história faz parte, principalmente, do dar sentido a ser humano. O universo simbólico e cultural do homem, por sua história, se formaliza pela importância das narrativas e é por elas que podemos reconhecer o outro em um desenvolvimento da expressão e a própria inserção nas histórias. Pelas histórias, apresentamos quem somos e criamos retratos da realidade(s) que nos cerca, faça-se por meio do texto ou do subtexto, ficcional ou não.

Contar histórias como característica cultural do homem vem desde os primórdios com a tradição oral, ao transmitir vivências, conhecimento e ensinamentos por meio de uma figura que provavelmente era o equivalente de um professor-historiador da época. O narrador deste período tinha como meio ou ferramenta seu próprio corpo. Através da voz, linguagens e expressões corporais, criava uma interpretação da história para que o ouvinte construísse segundo sua imaginação e seu repertório imagético o produto do compartilhamento de experiências sociais, a mensagem ou história transmitida. Quem contava tais histórias eram os pajés ou xamãs, que a tribo atribuía uma ligação com o divino, sendo então de grande importância ouvi-los, até mesmo uma honra, pois muitas vezes se desenvolviam em rituais. Esse tipo de narrativa surgiu da habilidade natural humana para se comunicar verbalmente e se constituir como uma linguagem, ou seja, um sistema de signos convencionados articulados para comunicar ideias, significados e pensamentos: “O homem se constitui a partir da linguagem — os filósofos de nosso século no-lo têm repetido com freqüência — e seu modelo pode ser reencontrado em toda atividade social.” (TODOROV, 2006, p. 54) Por consequência, se afirma a grande importância da narrativa para o homem como forma de mediação e relação com o mundo, como forma de ampliar a consciência sobre suas experiências e de se constituir pela sua presença social.

Partindo das tradições orais, a narrativa se espalha por diversos meios e campos através da

história da humanidade, como as pinturas rupestres, as narrativas orais, os mitos e, após, através de novelas, filmes, teatro, literatura etc. De acordo com Will Eisner, os “[...] primeiros contadores de histórias, provavelmente, usaram imagens grosseiras apoiadas por gestos e sons vocais que, mais tarde, evoluíram até se transformar na linguagem.” (2005, p. 12) E esse desenvolvimento da linguagem foi simultâneo ao próprio desenvolvimento tecnológico e social, em especial no caso do florescimento das narrativas literárias e o advento das máquinas de impressão, assim como outras formas de narrativas se estabeleceram com novas tecnologias como a fotografia, televisão, cinema etc. Além da variação do próprio meio, a arte de narrar se desdobra por um sem número de estilos literários e gêneros, como terror, suspense, fantasia, ficção científica, drama, cordel, poesia, prosa, tragédia, pela música, por quadrinhos, por crônicas, por uma carta. Ela atravessa uma riqueza de finalidades, desde a transmissão de informações, entretenimento puro e expressão de ideias e emoções pessoais, até a publicidade, discutir aspectos sociais ou contar uma mentira.

Como o autor vê a história e o que ele coloca nela também é importante:

Tudo depende da intenção de quem quer contá-las. E toda história possui uma intencionalidade. Isso significa que “não há, pois, uma narração objetiva e neutra”. Toda narração pressupõe e cria um alinhamento e uma parcialidade, assumindo uma dimensão ideológica. (REBLIN, 2015, p. 48)

As pinturas rupestres representam uma das primeiras configurações de narrativas visuais advinda da necessidade de ensinar os mais jovens das tribos a caçar utilizando imagens, mas que também tinha uma forte função de ritual mágico, em que se acreditava que ao fazer o desenho do animal tinha-se interferência na caçada, ou seja, o pintor-caçador no período Paleolítico supunha ter poder sobre o animal desde que o representasse ferido em suas pinturas. Com isso já podemos conceber a dimensão do que a imagem representa para uma narrativa. As imagens dessas pinturas eram simbólicas, e a [...] verdade é que os homens do passado não pensavam nos seus símbolos. Viviam-nos, e eram inconscientemente estimulados pelo seu significado.” (JUNG, 2008, p. 101) Entende-se então que os povos antigos deixavam-se afetar pela experiência simbólica das narrativas e que isso fazia parte diretamente do dia a dia e também de como se relacionavam com as imagens. Dentro da narrativa, a imagem trabalha com o inconsciente, a memória e com o vocabulário visual daquele que a apreende, o transformando e retroalimentando essa experiência perceptiva. Para Jung, a experiência simbólica transforma nossa mente, conduzindo para aspectos fora da realidade e adentrando o inconsciente. O símbolo nos conduz para ideias além da percepção física, e estudar o universo simbólico é estudar o homem em si, seu inconsciente e como ele se coloca no mundo. A imagem é mais do que uma representação, ela faz parte desse conjunto simbólico e polissêmico, ela estimula o inconsciente e nos faz imergir em seu universo próprio e, com isso, a narrativa emerge.

Desde então, a imagem está presente na narrativa e concretiza sua importância apesar de muitas vezes ser banalizada e categorizada apenas como suporte textual e literário, diminuindo seu potencial narrativo a apenas o superficial conceito de beleza ou critérios decorativos. Nesse caso, as histórias em quadrinhos, por fazer uso da imagem como principal instrumento para se

contar uma história, teve, ou ainda tem, um processo longo de legitimação cultural. Mas a imagem como símbolo de uma representação mais provocativa de percepções dentro da narrativa precisa de um olhar mais próximo e um entendimento relacional com o que vivemos em nossa realidade, ou realidades, ao se tratar de nossos universos particulares e nossos inconscientes simbólicos. A imagem é algo por si, como Nick Sousanis (2015) coloca, e ela é formulada pelos seus próprios termos e se concebe significado pela sua natureza relacional, seja com o mundo, seja com o indivíduo, mas principalmente como este se relaciona com aquele. Sua manifestação é contraditória e ambígua, pois ela se apresenta integralmente e ao mesmo tempo ela só se forma a partir de como nossa mente reage ao seu acolhimento. A acepção acontece pelos sentidos, mas ela só faz sentido e é definida por nossas próprias experiências em conjunto à formação do nosso inconsciente.

Cada palavra tem um sentido ligeiramente diferente para cada pessoa, mesmo para os de um mesmo nível cultural. O motivo dessas variações é que uma noção geral é recebida num contexto individual, particular e, portanto, também compreendida e aplicada de um modo individual, particular. As diferenças de sentido são naturalmente maiores quando as pessoas têm experiências sociais, políticas, religiosas ou psicológicas de níveis diferentes. (JUNG, 2008, p. 47)

Assim como as palavras contêm essa variação, as imagens também trabalham com o nível individual e seus contextos. O entendimento de uma imagem, principalmente a desenhada, necessita da utilização do repertório de vida que cada um constrói. O entendimento abrangente de uma imagem icônica só acontece pelo seu diálogo com uma experiência universal. É o que torna a imagem na narrativa tão relevante para a constituição humana e integral de seu espaço comunicacional. A imagem narrativa, pela sua origem no inconsciente, é a forma de nossos pensamentos. Como os modos de produção imagéticos relacionam-se e nos fazem perceber o mundo de forma diferente, podemos dizer que “[...] a significação social adquire estatuto criativo pela informação estética que filtra a realidade como impressão objetiva.” (CIRNE, 1975, p. 73) Pelo desenvolvimento de uma combinação habilidosa e, consequentemente, harmoniosa da estrutura narrativa de determinada arte sequencial, o autor empreende características de abrangência mais profundas e de exploração das complexidades da experiência humana, sejam elas mundanas ou imaginativas. O autor/narrador tem várias ferramentas para expor essas facetas das relações humanas como, por exemplo, a anatomia da expressão, textos, signos, ícones, variações na forma de se contar uma história e muitos outros elementos que sustentam a linguagem das narrativas gráficas e artes sequenciais. Uma imagem toma nossos pensamentos pela sua própria natureza constitutiva. Enquanto o texto é sobre algo, a imagem simplesmente está ali para ser apreendida, absorvida, comunicada.

As histórias em quadrinhos, dentro do campo das artes sequenciais (termo cunhado por Will Eisner), faz parte de formas de narrativas que se integram às relações comunicacionais que se expressam e compõem os dramas humanos e suas relações, seja em um contexto real ou fictício, utilizando códigos, sinais e uma linguagem específica para narrar. O aprofundamento do que essa linguagem significa para os sujeitos e como eles se relacionam expande nosso entendimento acerca dos acontecimentos comunicacionais, como somos afetados pelas histórias e

como vivenciamos as narrativas.

O autor pode utilizar todos os elementos da linguagem quadrinística para expressar uma visão de mundo advinda da percepção e imaginação subjetiva, para maximizar a inserção do leitor nesse mundo e potencializar reações afetivas pela experiência de leitura. Além da utilização de fontes de texto diferentes para cada personagem e formatos diversificados para os correspondentes balões de diálogo, nesse exemplo há a utilização de técnicas artísticas diversas empregadas para diferenciar as representações de sonho. Essas técnicas se refletem no estilo do artista para criar essa percepção alienígena dos personagens e aumentar a sensação de que esses personagens fazem parte de outros planos de existência alheios aos que conhecemos. Outro aspecto da intenção do autor no emprego de diferentes estilos no desenho vai além do narrativo, produzindo comentários sobre outros artistas e épocas das histórias em quadrinhos, como, por exemplo, Moebius e Jack Kirby, sobrepondo níveis de leitura e significação metalinguísticos, como Thierry Groensteen destaca em duas categorias em **Comics and Narration** (2013, pp. 39 e 40). A primeira se trata da subjetividade dos personagens e todas suas formas e expressões dentro da história, como sonhos e pluralidade de emoções, alucinações, e a segunda categoria é em relação ao desenvolvimento de recursos estilísticos como metáforas, alegorias e ritmos gráficos e visuais.

Portanto, essa utilização de estilos gráficos precisa fazer sentido para a história e dentro da história. Segundo Eisner (2005):

A realidade é que o estilo de arte conta uma história. Lembre-se de que este é um meio gráfico e o leitor absorve o tom e outras abstrações através da arte. O estilo de arte não só conecta o leitor com o artista, mas também prepara a ambientação e tem valor de linguagem. [...] Estilo, como nós o definimos aqui, é o “visual” e a “sensação” da arte a serviço de sua mensagem. (EISNER, 2005, p. 159)

Apesar da maioria das histórias em quadrinhos utilizar textos e diálogos em sua composição, esse meio é fundamentalmente visual e, como demonstrado, o desenho para uma história em quadrinhos se concebe como algo único, que nem é texto nem é imagem, mas algo que tem sua própria identidade, seu próprio vocabulário e elementos constituintes, “[...] cada um retendo sua identidade distinta, enquanto contribuindo para o todo. Através de suas disposições, esses aspectos se juntam em uma relação de efeito mútuo... para produzir uma sinfonia.” (SOUSANIS, 2015, p. 65, tradução nossa) Consequentemente, tem sua própria forma de narrar, de trazer ao mundo o imaginário humano e, por ser essencialmente uma arte sequencial, precisa-se analisar seus elementos de acordo com a construção das suas páginas e das imagens contidas nos quadros, como se estabelece a partir de suas ligações, como isso se compõe na página e ir além na compreensão dessa linguagem.

Nick Sousanis coloca em seu livro **Unflattening** (2015) como a forma e expressão se tornam uma só em função da composição narrativa. Dessa maneira, não é só pelo conteúdo que se cria significado, mas o significado é criado por todos os componentes e suas relações. Uma página de história em quadrinhos é um espaço conectado por suas articulações que criam uma forma única, ao mesmo tempo fragmentada, por ser uma arte sequencial, e simultânea por ser rizomática. O “ir além” aqui é entender como essas articulações se constroem para potencializar os aspectos

de percepção narrativa e das subjetividades resultantes. Por isso se precisa pensar uma estética fenomenológica, preocupada não só com o belo e com o conteúdo em si, mas também como sentimos a narrativa, em uma convergência do sentir o objeto conforme entramos em seu mundo, em sua própria lógica diegética estruturada pela linguagem. Seguimos pela definição de Laplantine (2009, p. 10) que a estética “[...] engaja profundamente a atividade do sujeito, será caracterizada como um modo de conhecimento, que abre caminho por meio de uma experiência do sensível.”

A percepção de sentido e a atribuição de significados ao objeto vêm da relação do ser com o mundo, que não é deslocado de suas experiências e vivências como sujeito. Esse sujeito é ligado à coisa, ao mundo, faz parte dele e dialoga por meio de afetos. Para Whitehead (SHAVIRO, 2009), o afeto “[...] precede à cognição e tem um âmbito muito maior que ela.” A primazia é dos sentimentos e da relação de afeto que o sujeito tem ao se constituir com a coisa, como ele é afetado por ela e se vê nela. Só então haverá um movimento de entender, buscar uma compreensão consciente de seus significados e de como despertou esses afetos. Nas histórias em quadrinhos, isso se concebe primeiramente pela relação da imagem com o mundo em comum do leitor.

Para que uma narrativa em quadrinhos seja lida, por sua própria natureza como linguagem, ela precisa de um colaborador, o leitor, para concluir e perceber o todo em razão de suas partes. A relação entre um quadro e outro só acontece porque a conclusão é o agente de percepção do mundo espaço-temporal fragmentado das histórias em quadrinhos. Suas unidades narrativas, os quadros, são separadas por espaços em branco ou “vazios”, um entre-imagens que, em sua maioria, não contém diegese. Contudo, é no espaço entre os quadros que muita da mágica das histórias em quadrinhos acontece; é na sarjeta (o entre-imagens) que a imaginação dos leitores conclui a ação narrativa, além da sua função de ritmo para a leitura. Para o funcionamento dessa conclusão, as imagens precisam comunicar com o universo visual dos leitores, seu repertório e sua imaginação. E é isso que faz com que duas imagens distintas sejam conectadas e lidas como uma cena completa. É a relação do visível e invisível, do que é mostrado e o que é deixado para a conclusão (MC CLOUD, 2005).

Portanto, o acontecimento narrativo só se torna realidade a partir do compartilhamento de experiências em comum. Mas o significado não é só criado pela leitura do conteúdo, pelo que é mostrado, mas também pela estrutura, pela relação entre todos os elementos constituintes da narrativa (SOUSANIS, 2015, p. 66), como um quebra-cabeças de imagens que, ao final de sua montagem, representará algo único e singular. É ver um mundo através do olhar do outro, entrar em um universo de percepções, da realidade da história e sua verossimilhança e disso se deixar afetar por ele, emergir dessa leitura com novas sensações e pensamentos. É se transformar por meio da narrativa e de sua subjetividade. A subjetividade é inicialmente imposta pela própria produção e autoria da história, pois os autores estão impregnados por suas próprias percepções de mundo e experiências de vida que se refletem no roteiro e nos desenhos, na conjunção desses elementos e na narrativa como um todo.

Narrar, como forma de manifestação e de relação do indivíduo, do sujeito, com o mundo, vem desde os primórdios da existência do homem, como apresentado anteriormente através de diversas formas. As narrativas ajudam o sujeito a sintetizar e explorar seus sentimentos, a entender

melhor o mundo e seu lugar nele. Esse sujeito também se constitui pelas narrativas, por se ver nelas e criar conexões. E em uma narrativa constituída primordialmente por imagens, nos vemos por relação, nós “[...] ampliamos nosso pensar — distribuindo entre concepção e percepção — envolvendo ambos simultaneamente. Nós desenhamos não para transcrever ideias de nossas cabeças, mas para criar elas em uma busca por maior entendimento.” (SOUSANIS, 2015, p. 79) Por consequência, a imagem desenhada perpassou pela interpretação de mundo dos autores envolvidos, e a qualidade de expressão e capacidade de comunicação da história dependerá do potencial expressivo alcançado na narrativa.

A imagem nas histórias em quadrinhos se organiza a partir de símbolos para representar o mundo conhecido e expressar emoções. Desse modo, é por meio dos desenhos e imagens concatenadas em sequências que serão criadas ligações emocionais e potencializadas percepções emocionais: “Nos quadrinhos, assim como acontece nos filmes, objetos simbólicos não narram apenas, mas ampliam a reação emocional do leitor.” (EISNER, 2005, p. 26) Em **Quadrinhos e Arte Sequencial** (2010), Will Eisner também fala da importância da representação que uma imagem tem sobre lembranças e consequentemente sobre emoções, originada da característica essencial para uma narrativa gráfica funcionar, a experiência de vida do leitor. É por essa razão que histórias em quadrinhos voltadas para o público infantil tendem a compor menos elipses narrativas e dependem menos da conclusão para inferências de acontecimentos entre uma imagem e outra devido à necessidade de compreensão da mensagem, ou seja:

O artista sequencial deverá ter uma compreensão da experiência de vida do leitor. É preciso que se desenvolva uma interação, porque o artista está evocando imagens armazenadas na mente de ambas as partes. O êxito ou fracasso desse método de comunicação depende da facilidade com que o leitor reconhece o significado e o impacto emocional da imagem. (EISNER, 2010, p. 7)

Isso demonstra o impacto das imagens ao contar uma história e sua importância para as diferentes formas de representação de mundo que se criam na arte sequencial. A significação dessas imagens se formam a partir da leitura do todo, de seu conjunto narrativo, assim como nossa busca por entendimento do mundo real e compreensão das coisas. Isso demonstra que o diferencial das histórias em quadrinhos habita na relação de suas imagens, seja de um quadro com outro ou de uma página em uma história completa.

Considerações finais

A conexão de narrativa e comunicação é intrínseca porque as duas definições primordiais trabalham com o universo simbólico. As práticas dentro desse universo refletem mudanças em outras dimensões além da comunicativa, alterando ou reorganizando outras esferas como a política, a economia e a cultura. Apoiando-me na discussão sobre “comunicar” como “agir em comum”, ou seja, de se relacionar e organizar perante o mundo simbólico e subjetivo a partir da interação social e de outros saberes, de Muniz Sodré (2014), entendemos símbolo não pela sua inteira definição linguística (dimensão complementar a esse processo), mas como “[...] o trabalho de relacionar, concatenar ou pôr em comum (*syn-ballein*) formas separadas, ao modo de um equivalente geral,

energeticamente investido como valor e circulante.” (SODRÉ, 2014, p. 15) Os signos dessas formas são as ferramentas das mediações simbólicas fundamentais para a organização do mundo, do comum humano, da percepção e compreensão do real. Dessa forma, a narrativa se insere na comunicação (ou a comunicação se insere na narrativa) por meio desse ordenamento pertencente ao comum, a essa partilha através dos meios naturais e sociais, mas também por meio da linguagem, dos códigos, e do inconsciente coletivo etc., fundamentais aos laços subjetivos que nos constituem e nos movem. Não simplesmente utilizamos esse comum, mas o habitamos e, em nossa composição física e metafísica, objetivo e subjetivo, somos integrados e caminhamos com ele, vinculado por suas inúmeras possibilidades de conexão e expressão e de suas respectivas limitações. Jung (2008, pp. 59 e 60) vê a relação entre o “racional” e o inconsciente, objetivo e subjetivo aqui, essencial para a vida humana, pois ajuda a desenvolver uma aproximação para o entendimento do universo simbólico do homem. Ele diz:

Para benefício do equilíbrio mental e mesmo da saúde fisiológica, o consciente e o inconsciente devem estar completamente interligados, a fim de que possam se mover em linhas paralelas. Se se separam um do outro ou se “dissociam”, ocorrem distúrbios psicológicos. Nesse particular, os símbolos oníricos são os mensageiros indispensáveis da parte instintiva da mente humana para a sua parte racional, e a sua interpretação enriquece a pobreza da nossa consciência fazendo-a compreender, novamente, a esquecida linguagem dos instintos.

Símbolos oníricos, ou a própria narrativa, correspondem a essa importância para a mente humana porque, por um olhar, as histórias têm origem significativa oriundas do onírico e de nossa percepção do mundo. Um intrincado jogo de apreensão objetiva da realidade por meio de nossos sentidos e do sentir afetivo causado pela busca por compreensão. A narrativa é essa dança dialética platônica entre o que é objetivo e o que é subjetivo. Estar no mundo, estar no comum é se abrir às histórias, às narrativas que não à sua própria, a outras realidades; é se abrir ao outro e se relacionar com o outro. A alteridade é constitutiva do fazer comunicação e o processo simbólico só existe por e a partir dela, pois é através dela que nos reconhecemos e há a criação do eu.

Para Sodré, precisamos conectar a ideia de comunicação e sua ciência com o cerne de seu significado, o de diálogo entre “homens e deuses” dentro de uma inclinação transcendental de busca de abertura constitutiva para a alteridade, “[...] como ação de fazer ponte entre as diferenças, que concretiza a abertura da existência em todas as suas dimensões e constitui ecologicamente o homem no seu espaço de habitação.” (SODRÉ, 2014, p. 191) Essa busca atravessa os caminhos da significação, mas não se acomoda em seus domínios. O diálogo é contínuo para a formação do indivíduo e de sua habitação, e é uma imersão ao que é de mais humano no eu. A narrativa também carrega esse potencial, essas possibilidades conectivas com o humano e o transcendental. É por ela que a linguagem consegue se organizar de forma simbólica para o indivíduo se posicionar ou se manifestar no comum. Ou simplesmente se expressar. Em conclusão, narrar é comunicação.

Referências

- ALMEIDA, Dayane Celestino de. A vertente tensiva da semiótica greimasiana no Brasil: breve estudo historiográfico. In: **Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 7 n. 2 (2009). Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/casa/article/view/2223>>. Acesso em: 17 jan. 2018.
- BARBIERI, Daniele. **As linguagens dos quadrinhos**. Tradução de Thiago de Almeida Castor do Amaral. São Paulo: Peirópolis, 2017.
- CAGNIN, Antonio Luiz. **Os quadrinhos**: um estudo abrangente da arte sequencial — linguagem e semiótica. São Paulo: Criativo, 2014.
- CAMPOS, Rogério de. **Imageria**: o nascimento das histórias em quadrinhos. São Paulo: Veneta, 2015.
- CIRNE, Moacy da Costa. **Para ler os quadrinhos**: da narrativa cinematográfica à narrativa quadrinizada. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.
- DUARTE, Eduardo; FILHO, Jorge Cardoso; MENDONÇA, Carlos Magno Camargos (Org.). **Comunicação e sensibilidade**: pistas metodológicas. Ebook. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2016.
- EISNER, Will. **Quadrinhos e arte sequencial**: princípios e práticas do lendário cartunista. Tradução de Luís Carlos Borges e Alexandre Boide 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- _____. **Narrativas Gráficas**. Tradução de Leandro Luigi Del Manto. São Paulo: Devir, 2005.
- FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. **Leitura sem palavras**. 5.ed. São Paulo: Ática, 2007.
- FLOWERS, Betty Sue (org.). **O poder do mito**. Tradução de Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- GAIMAN, Neil et al. **The Sandman**: overture deluxe edition. Canadá: DC Comics, 2015.
- GAIMAN, Neil et al. **Sandman**: edição definitiva. Tradução de Jotapê Martins, Fabiano Denardin Barueri, SP: Panini Books, 2010.
- GENETTE, Gérard. **Discurso da narrativa**. 3. ed. Lisboa: Vega, 1995.
- GROENSTEEN, Thierry. **O sistema dos quadrinhos**. Tradução de Érico Assis. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2015.
- _____. **Comics and Narration**. USA: University Press of Mississippi, 2013.
- JACQUES, Rancière. **A partilha do sensível**: estética e política. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009.
- JUNG, Carl G (Org.). **O homem e seus símbolos**. Tradução de Maria Lúcia Pinho. 2. ed. especial. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- LAPLANTINE, François. **Le social et le sensible**. Introduction à une anthropologie modale. Paris: Téraèdre, 2005.
- Son, images et langage**. Anthropologie esthétique et subversion. Beauchesne, 2009.
- MCCLOUD, Scott. **Desvendando os Quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2005.
- SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- _____. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.
- REBLIN, Iuri Andréas. **O Alienígena e o Menino**. Jundiaí/São Paulo: Paco Editorial, 2015.
- SOUSANIS, Nick. **Unflattening**. 6. ed. Canada: Harvard University Press, 2015.
- SHAVIRO, Steven. **Without Criteria**: Kant, Whitehead, Deleuze and Aesthetics. Londres/Cambridge: The MIT Press, 2009.
- SLATMAN, Jenny. **L'Expression au-delà de la Représentation**. Leuven: Peeters Vrin, 2003.
- TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

O problema do mal e o jornalismo – (por) uma epistemologia da notícia

Rodrigo César Castro Lima

Graduado em Comunicação Social/Jornalismo com período sanduíche no Institut d'Études Politiques de Paris. Atualmente é mestrando em Ciências da Comunicação pela ECA/USP – Área de Concentração I: Teoria e Pesquisa em Comunicação, Linha de Pesquisa 1: Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação. Orientador: Prof. Dr. Anderson Vinícius Romanini. E-mail: rodrigo_lima@usp.br

Resumo: A construção noticiosa apresenta um importante papel na definição dos valores-notícia. Avento-se aqui a hipótese de que ao nos comunicarmos, a primeira função que desejamos executar é a transmissão dos valores negativos; comunicamos primeiro aquilo que é o mal (a tragédia, a ameaça, a morte etc.) e só depois confabulamos a respeito do resto, pois o mal implica na transformação direta do cotidiano. O mal, portanto, passa na dianteira em tudo aquilo que tangue a representação dos fatos, pois há uma dissimetria acerca dos valores da vida. Essa fisionomia recôndita da comunicação humana, que permanece no emaranhado de dados subjetivos que comunicamos uns com os outros, essa expressa necessidade de subentender o negativo na transmissão dos fatos, é a epistemologia conjunta do campo comunicacional e da notícia como um todo. A necessidade da comunicação humana em transmitir o mal desemboca na construção da notícia. Surge então uma nova hipótese epistemológica para o campo da comunicação por meio da notícia.

Palavras-chave: Problema do mal. Epistemologia da comunicação. Valor-notícia. História do jornalismo. Banalidade do mal.

Introdução e tema de pesquisa

Antes de começarmos a pensar na natureza da seguinte reflexão, o problema do mal no jornalismo, o autor dessa pesquisa gostaria de propor um exercício muito prático de raciocínio – uma breve comparação das notícias a seguir, extraídas dos mais diferentes meios:

- 1) **2 choke to death eating ‘mochi’ rice cakes on New Year’s Day¹** (3 jan. 2017) – matéria do diário japonês Asahi Shimbun.
- 2) **Louvre knife attack: Soldier shoots assailant near Paris museum²** (3 fev. 2017) – matéria vinculada no canal de televisão norte-americano CNN.
- 3) **Inoperante no ataque, Palmeiras exibe dificuldade para repor Jesus** (6 fev. 2017) – notícia publicada na versão impressa da *Folha de S. Paulo*.

¹ Tradução livre: “Dois engasgam até a morte comendo bolinhos de arroz ‘mochi’ no Ano Novo”

² Tradução livre: “Atentado com faca no Louvre: Soldado atira em agressor perto do museu de Paris”

Ora, o que haveria de comum entre a morte de dois japoneses no réveillon – que engasgaram ao comer bolinhos de arroz –, um terrorista à solta no Louvre e o ineficiente ataque do time do Palmeiras? A princípio, não seria nada fácil admitir que exista uma certa semelhança entre as três notícias. Todavia, se olharmos bem a fundo, poderemos distinguir algumas características que facilitariam uma possível similitude. Se fizermos um exercício de percepção aguçada podemos admitir, rapidamente, que todas essas histórias lidam com fatos desagradáveis, coisas que certamente qualquer pessoa em sã consciência evitaria se pudesse – a morte por engasgamento, um ataque terrorista, problemas com o time de futebol favorito. Ademais, são fatos relativamente singulares, que embora não sejam de toda raridade, são anormais – não é nada normal alguém morrer depois de comer um bolinho de arroz, não é nada normal andar pelas galerias do Louvre e observar uma altercação entre um policial e um terrorista, não é nada comum que um time da alçada do Palmeiras (clubismos à parte) tenha problemas para marcar gols. A tudo isso, pode-se somar o fato de que são ocorrências problemáticas, custosas, de difícil solução. É fácil dizer que são fatos desagradáveis, irritantes, coisas ruins e negativas, que nos atrapalham, fatos que gostaríamos que jamais se repetissem – coisas maléficas e, portanto, da alçada do mal. Não foi à toa que na filosofia convencionou-se chamar a essa série de dilemas como “o problema do mal”. Problema na medida em que são estruturas de questionamento da envergadura de uma charada matemática, cuja análise e indagação fertilizam o conhecimento, produzindo assim novas ideias, uma ponte entre o homem e a sua representação de mundo – a grandeza desse “problema” não se encontra necessariamente na sua resolução, mas sim no caminho de investigação que ele irá requerer. E o mal? Pode-se resumir o mal a essa infinita série de pequenas impertinências desagradáveis ou então podemos traçar mesmo uma teoria de linhas gerais para defini-lo enquanto uma superestrutura metafísica? Algo que paira no ar, a causar obscenidades e desagravos dos mais terríveis, coisa da alçada de uma guerra ou de um violento massacre?

O mal é uma das típicas “coisinhas” banais que definem a nossa existência, ainda que seja algo de uma quase inacessível definição em palavras. É justamente esse mistério, o “problema do mal”, sobretudo na contemporaneidade, que tem fascinado filósofos e especialistas dos mais modernos. Mas há uma lacuna na análise desse importante tema – algo que passa despercebida e desaviada, algo que justamente o presente trabalho tem como ambição em elucidar. Nos últimos anos, o mal tem sido negligenciado nos estudos de comunicação. Todos os dias deparamos com ele nas manchetes de jornal, nas ondas do rádio, nas cores da televisão, nas páginas da internet, no écran do celular. As notícias se sucedem rapidamente; há um vigor informativo muito robusto, que impõe, prioritariamente, os fatos ruins e negativos: a corrupção que está no bolso, a violência a se esconder a cada esquina, uma guerra que se não estourou por aqui certamente terá início acolá, bate-boca, controvérsia, doença... É nesse sentido que a presente pesquisa se pauta na seguinte pergunta: por qual motivo o jornalismo tende ou até mesmo dá o enfoque a temas que, deliberadamente, retratem ou demonstrem essa existência do mal – elevando assim a figura daquilo que seja negativo?

Objeto de pesquisa

Quando, atenciosamente, olhamos ao nosso redor; quando, curiosamente, enveredamos por dentro das notícias e nos deixamos hipnotizar por elas, seja extraíndo a percepção lógica do fato, seja criando imagens mentais que nos representem a história que lemos, inegável será que, na ampla maioria das vezes, as histórias nos irão incomodar – dos maiores aos menores fatos. Nos jornais, notícias ruins correspondem à maioria. E podemos apostar em tal constatação mesmo de olhos fechados, mesmo com todos os sentidos cobertos por um estranho desligamento da realidade. Mas como podemos dizer, com absoluta certeza, que a notícia diz algo de ruim? Afinal, se a notícia é o material mais preciso da peça jornalística, sua força vital, sua singularidade, deve haver algum elemento do saber humano, nela incutido, que nos permita tirar essa conclusão a princípio. Deve haver uma epistemologia comum à notícia e ao saber humano, ao campo comunicacional, que nos permita conjecturar acerca de tal possibilidade – melhor ainda: constatar isso na prática a despeito de diferenças culturais e temporais, do início da história dos jornais até os dias atuais. O bem acrescenta, melhora, é um bônus; o mal destrói, arruina, atrapalha o que já nos é caro e difícil. Mas é uníssona a percepção de que uma notícia negativa é certamente mais relevante, em termos informacionais, em termos de consequência prática, do que uma notícia de outro modo. Todavia, pouquíssimas vezes criamos uma reflexão que ande nesse sentido, sobretudo em se tratando das notícias e em sua reverberação no campo comunicacional. É no encalço dessa descoberta, é na vontade de cobrir essa diferença entre teoria e prática, que um estudo epistemológico da notícia se faz necessário.

Metodologia

Para tanto, deve-se mostrar que a ampla maioria das notícias é de cunho negativo e que a despeito de um pano de fundo cultural, econômico e social diverso, a aparição das notícias negativas é necessidade epistemológica na comunicação humana e, por consequência, domina o jornalismo mundo afora. Assim, procedeu-se de modo que se pudesse provar (ou não) esta tese, criando um método para a captura de notícias dos mais diversos meios. Todos os dias da semana centraram-se na captura noticiosa de diferentes veículos em diferentes culturas. Todas as segundas-feiras a captura se pautava no material da *CCTV*; terças-feiras nas notícias do *Asahi Shimbun*; quartas-feiras na produção noticiosa do *Times of India*; quintas-feiras nas notícias do *Huffington Post* francês, sextas-feiras no material da *CNN*; sábados na produção do *G1* e domingos a partir do material do *Frankfurter Allgemeine*.

Tal escolha se deu com base na popularidade local dos veículos, além de disponibilidade de material. No total, foram lidas e capturadas 312 notícias de cada veículo em um total de 2.184 notícias em apenas um único ano. Além disso, também se preferiu dar mais ênfase a veículos de notícias brasileiros a fim de analisar produções locais. Todas as segundas e terças dos primeiros seis meses, quintas e sextas dos últimos seis meses (ou seja, durante o período de um ano, no caso 2017) foram analisadas e transcritas as notícias de *O Estado de S. Paulo* e da *Folha de S. Paulo*, o que totalizou mais de 7 mil notícias. Juntando notícias internacionais e nacionais, o escopo de análise noticiosa para 2017 ficou em torno de 10 mil notícias. Tudo isso com o intuito

de se obter uma larga quantidade analisada de material a fim de apurar a quantidade de notícias negativas e a sua preponderância em meios noticiosos nacionais, internacionais, televisivos, impressos e da internet.

Essa análise ostensiva demonstrou que, claramente, as notícias são majoritariamente negativas em todos os veículos – com uma média de preponderância de mais 80% da produção noticiosa total. Os dados, gráficos e análises conclusivas (atualmente em processo de elaboração) serão apresentados ao longo da pesquisa, uma vez que se pretende, junto a isso, estipular as razões teóricas (logo epistemológicas) para tanto. Os dados poderão ilustrar as conjecturas teóricas e fundamentar a discussão.

Fundamentação teórica

Ora, seriam as notícias as marcas de um fato interpretado à luz da razão? Seria a notícia um diálogo emotivo? Ou seria a notícia a presunção de um homem a outorgar a si mesmo uma suposta capacidade de análise sobre algo que há e que, portanto, foi ou existe? Curiosamente, não há muito consenso na área. A primeira fórmula inventada para a notícia prescinde de uma data específica, embora se atribua ao incipiente jornalismo norte-americano do início do século XIX a invenção da máxima de que a notícia acontece quando o homem morde o cachorro (TRAQUINA, 2005a). Esse fato base nos dá logo de cara uma possível indicação do que a notícia poderia vir a ser – uma estrutura narrativa que mescla entre o inusitado e o curioso, o registro de uma história que transcende o comum. Mas Traquina (2005b) tampouco considera como satisfatória tal explicação. Segundo ele, as notícias mais seriam uma espécie de convicção mercadológica do que propriamente uma expressão racional estabelecida em um tipo de conhecimento logicamente ponderado, forjado por consenso intelectual. Isto é, quando o leitor abre o seu estimado jornal todas as manhãs, ou quando envereda pelo seu canal televisivo favorito, a notícia que ele recebe mais tem a ver com o liame corporativista do que com uma preocupação de caráter epistemológico – portanto, a notícia não é apenas recebida, ela é “consumida”. Tal conclusão coincide com o exame crítico expresso na obra de Hector Mujica (1982), professor venezuelano que enxerga na notícia contemporânea uma relação promíscua entre o lucro e a informação. Não obstante, ele tampouco nos fornece uma explicação satisfatória acerca do que pode ser a notícia em termos de conhecimento.

Sodré (2009) vê na notícia uma estrutura sem nenhuma precedência epistemológica e justifica sua análise a partir de uma larga confluência de fatores – a raiz literária da notícia, sua primazia mercadológica, e a sua luta hercúlea contra as limitações temporais. Por outro lado, é o próprio Sodré quem nos oferece uma ferramenta para “desarmá-lo” nessa discussão. O teórico encontra nos fundos da história uma similaridade entre o *lead*³ e a fórmula literária da narração estipulada por Quintiliano no distante passado romano – algo que, segundo o autor clássico, tenderia a enxugar a narrativa e deixá-la mais aprazível aos sentidos e à leitura. Ou seja, não é de hoje que a famosa fórmula Q + Q + Q + O + C + P (o quê, quem, quando, onde, como, por quê) des-tina-se a “drenar” uma história a fim de potencializá-la. Ora, mas se a notícia pauta-se por uma

³ Fator analisado de uma maneira extremamente original por Adelmo Genro Filho.

fórmula (e por mais banal que seja), se ela carrega consigo uma informação que estabelece uma ponte entre a história e o sujeito indagativo, de que maneira poderia ela prescindir de uma sorte de epistemologia? Há algum meio de ser informado, midiaticamente, por meio do qual não se dependa de um subjetivismo referencial e metafórico, além das notícias? Sodré (2009) enxerga nessa fórmula a natureza do mercantilismo, mas podemos ressaltar que desde os períodos mais remotos essa natureza do Q + Q + Q + O + C + P se repete. Mesmo o ato comunicacional mais banal do cotidiano pauta-se por esta natureza. Diante de um novo acontecimento pergunta-se exatamente pelo o quê, quem, quando, onde, como e por quê. A questão é que se pensa muito na forma gráfica e visual restrita que as notícias assumem no meio moderno, mas se voltarmos ao passado, à época da invenção dos primeiros periódicos, por exemplo, ainda assim subsiste a necessidade de responder exatamente as mesmas perguntas – algo que nos leva a questionar se uma teoria para o conhecimento por detrás da notícia não seja quiçá uma necessidade, um ponto do qual não possamos escapar. Esse é um fator no qual muitos teóricos já derraparam, algo que, curiosamente, passou despercebido nos estudos da comunicação – confunde-se o modelo estético da notícia (como o *lead*, terceira pessoa, imparcialidade) e o que a notícia nos permite vir a conhecer ainda enquanto estrutura narrativa (Q + Q + Q + O + C + P).

Quando se fala unicamente da mercantilização da notícia, isso se deve ao fato de que ainda não se soube superar a análise estética da mesma. A notícia poderia se dar de inúmeras formas tal como uma pintura. Impressionismo, expressionismo, cubismo entre muitas outras escolas artísticas pintam uma mesma natureza de diferentes maneiras, ainda assim tudo cabe no crivo de um termo mais amplo que podemos chamar de arte – o mesmo se dá com a notícia. Isto é, a notícia é capaz de assumir inúmeras formas. Se hoje está cristalizada no modelo atual, isso se deve a uma convenção. No entanto, toda notícia precisa responder ao Q + Q + Q + O + C + P – entendida aqui como matéria fundamental para o estabelecimento de um conhecimento mínimo que apresente os primeiros traços de sofisticada distinção. Tal fórmula, portanto, assim como havíamos dito anteriormente, não é meramente uma questão de darwinismo econômico, assim como sugerido por pesquisadores como Sodré (2009) e Mujica (1982), mas sim uma fundamentação de cunho epistemológico – de onde se desenrola o conhecimento; temos a necessidade de construir o conhecimento a partir de determinados parâmetros. E se tomarmos tal análise por algo válido, é mister inclusive esticar o debate para o campo comunicacional. Será que ao nos comunicarmos não desejamos saber exatamente tudo o que corresponda ao Q + Q + Q + O + C + P? Difícil proceder de modo contrário. Verdade é que quando essa necessidade é respondida apenas de modo parcial – quando sabemos onde, mas não o porquê da informação; o quando, mas não o quem; o como e não o resto; e assim sucessivamente – ficamos extremamente insatisfeitos e pouco podemos fazer diante dos pedaços que nos sobram. Se assim o for, procuraremos desesperadamente pelas peças que nos faltam. Fato é que toda essa mobilização por detrás do estudo da epistemologia nas escolas de comunicação tende a assumir um viés pouco inovador e muito fetichista, que desde a Escola de Frankfurt não foi superado em seu prisma, método e modo de análise. Assim, a notícia e o jornalismo como resultantes do campo comunicacional tendem a ser estudados ora sob o prisma de uma sociologia-organizacional da comunicação, ora sob o prisma

da economia-informacional da disciplina. A análise a seguir de Teun Van Dijk (1988) a respeito da formação da notícia plasma muito bem essa nossa crítica. Vejamos o que ele diz quanto a isso:

The theoretical and empirical picture is much more complex (...). Thus, one major series of links in the network is news reports ↔⁴ news structures ↔ cognitive processing and representation (production interpretation) of such news structures by social actors as group members (scripts, attitudes, ideologies) ↔ news production as social interaction (newsgathering, decision making, material production of newspaper) ↔ intergroup interactions between journalists and other groups and group members (e.g., the elites) ↔ internal institutional routines, rules, goals and strategies of the news organization ↔ external goals and interests of the news organization as a private or public corporation ↔ institutional relationships between the media institution and other institutions (e.g., the state, government, parliament, business, the unions, etc.) ↔ and finally, the historical and cultural position of the media institution and its relations with other institutions. (VAN DIJK, 1988, p. 29)

Em certa medida, e em poucas linhas, temos aqui um belo resumo de tudo quanto se foi dito e abordado até hoje a respeito da comunicação, do jornalismo e do papel das notícias. O fato é que a comunicação pôde até obter uma espécie de sociologia e uma análise econômica que possam lhe fazer justiça, entretanto, em termos filosóficos, não há uma filosofia da comunicação e, pior ainda, a filosofia do jornalismo tampouco existe. O fetichismo social-econômico solapou a possibilidade de se estudar a verdadeira epistemologia do jornalismo e mesmo a sua estética, entendida aqui não exclusivamente como a forma gráfica e visual que as notícias assumem, mas sim como a síntese das experiências sensíveis. A notícia não é apenas lida, ela é imaginada, pensada, sentida, experimentada, é uma síntese – por isso que não é igualmente percebida por duas pessoas diferentes. Tal como na estética da existência, cada um experimenta a notícia como pode.

Justificativa

Um estudo acerca da epistemologia da notícia se faz necessário, pois também nos salta aos olhos a homogeneidade noticiosa atual, coisa para a qual Traquina (2005b) nos chama a atenção ao postular se não haveria uma comunidade interpretativa transnacional, uma vez que, apesar das diversas diferenças culturais e econômicas ao redor do planeta, algumas similaridades persistem a despeito dos anos, da influência do tempo e das tendências passageiras. O autor português, no entanto, não foi o primeiro a conceber o aspecto dessa semelhança – de fato, o primeiro estudo nesse sentido associa-se à dupla de sociólogos noruegueses formada por Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge em 1965. Galtung e Ruge (1965, p. 64) definiram a notícia como “[...] a relação de nível interpessoal entre os eventos, a percepção com fatores operacionais seletivos e distorcidos sob diferentes circunstâncias, no qual a imagem final é relativamente bem explorada.” Daí, o que realmente importa na consideração das notícias (1965, p. 65) “[...] é o que há de chamar a nossa atenção.” A partir disso, Galtung e Ruge elencam uma série de aspectos que, mais tarde, convencionou-se chamar na academia de os “valores-notícia”. Para

⁴ No sistema lógico, esse símbolo equivale ao termo “se e apenas se”.

a dupla de noruegueses, a vida está coberta por uma rica amostra de frequências e sinais, uma metáfora para o desdobramento dos fatos que se repetem à exaustão como se o mundo fosse um emaranhado de antenas de transmissão, emitindo dados e informações que, eventualmente, aglutanam-se em uma imensa cacofonia – da qual é mister separar o joio do trigo, o sinal do ruído, a notícia do banal; algo que os pesquisadores definem em inglês como *happening* (1965, p. 65). Quando da seleção dessas informações, os pesquisadores consideram como algo muito claro a imanência de 12 fatores. São eles:

1. A frequência: para Galtung e Ruge a frequência se refere à duração de um evento. Quanto mais tempo dura um fato, maior a possibilidade de que ele seja importante e, portanto, retratável.
2. A amplitude: aqui se trata da máxima “quanto maior, melhor”. Quanto mais visível e mais observável, mais retratável o fato se torna.
3. A clareza: para os dois, o maniqueísmo é um fator atrativo ao jornalista. A noção de uso trivial dos estereótipos deve ser algo bem claro, não se pode gerar dúvidas – os fatos são claros ou escuros, grandes ou pequenos, e assim por diante. Prefere-se a falta de ambiguidade.
4. A significância: quanto mais particular e significante o fato seja para o público, maior a sua importância para ele.
5. A consonância: se algo corresponde à expectativa do público – é a chamada inserção do “novo” a partir dos parâmetros do “antigo”.
6. O inesperado: em contrapartida ao item anterior, a inexatidão é um fator surpreendente – algo que atiça a curiosidade; logo, quando há uma quebra no esperado, o fato torna-se notícia.
7. A continuidade: se algo já se tornou notícia, maior a probabilidade de que o acontecimento continue como fato noticioso.
8. A composição: na opinião dos especialistas, o noticiário se dá quase como se fosse uma espécie de um arranjo de notícias, a fim de balancear a programação.
9. Nações de elite: os grandes países monopolizam a cobertura jornalística.
10. Pessoas de elite: quanto mais importantes são os indivíduos (políticos, intelectuais, filantropos, artistas, etc), maior a probabilidade de que se tornem notícia.
11. A personalização: quando o fato é percebido em termos pessoais.

Curiosamente, levando-se em consideração o escopo teórico da presente discussão, o item 12 de Galtung e Ruge torna-se sumariamente o mais importante para nós. É uma constatação que dialoga em grande amplitude com o problema do mal. Segundo a dupla norueguesa, o último vetor da cobertura jornalística é, também, o valor do negativo. O ruim, o negativo e o mal se tornam a notícia. É o que Traquina (2005b, p.70) avalia como *bad news is good news*⁵; algo que, muitos anos depois, um trio de pesquisadores canadenses dos quais falaremos mais adiante retratam de forma semelhante. Dizem Ericsson, Baranek e Chan (1987, p. 149) que “[...] as más notícias são boas para o discurso noticioso [...]”, pois as ramificações do fato negativo, geralmente inesperadas (algo que entra em consonância com a pesquisa norueguesa), possuem maiores

⁵ Notícias ruins são notícias boas

implicações para o cotidiano a partir das esferas legais, morais, éticas e cívicas. Para Galtung e Ruge (1965), a explicação para o desdobramento do mal no jornalismo é, em grande parte, a necessidade filosófica descompensada (uma espécie de assimetria) que o homem carrega consigo para qualificar os fatos ou as trivialidades de seu meio. Dizem eles que:

There is a basic asymmetry in life between the positive, which is difficult and takes time, and the negative, which is much easier and takes less time - compare the amount of time needed to bring up and socialize an adult person and the amount of time needed to kill him in an accident: the amount of time needed to build a house and to destroy it in a fire, to make an airplane and to crash it, and so on. The positive cannot be too easy, for then it would have low scarcity value. Thus, a negative event can more easily unfold itself completely between two issues of a newspaper and two newscast transmissions - for a positive event this is more difficult and specific. Inaugurating or culminating events are needed. (GALTUNG; RUGE, 1965, p. 69)

Ademais, deve-se levar em consideração outros fatores que tornam o mal um assunto mais propício ao discurso jornalístico. Tal como os noruegueses nos relembram, o mal chama a atenção porque possui uma grande probabilidade de desdobramento, algo que facilita a cobertura jornalística. É de se postular se mesmo essa necessidade básica pelo Q + Q + Q + O + C + P não seja um método comunicacional necessário a fim de transmitir ou informar a partir dos problemas do mal que enfrentamos, em conjunto, cotidianamente. A notícia, dessa maneira, é a representação daquilo que assinalou uma ruptura, uma quebra na ordem natural do tempo e das coisas – por esse ângulo é algo que nos chama a atenção por algum aspecto que fugiu do controle. Além disso, as notícias negativas seriam mais consensuais e sem ambiguidade. Para os pesquisadores noruegueses (1965, p. 69), há um “[...] acordo sobre a interpretação do evento como algo negativo [...]”⁶ – é mais fácil dizer que algo é ruim (pois é imediato) do que assinalar um evento como positivo (pois leva mais tempo a fim de que seja considerado como tal). Daí a preponderância, desde os tempos mais remotos, do por que em se adotar o mal, o negativo, como pano de fundo noticioso.

Conclusões preliminares

Ao nos comunicarmos, precisamos estabelecer uma espécie de sentido em comum. Precisamos externar o que trazemos em nosso interior e fazer com que o outro possa compreendê-lo. Uma vez alcançado esse objetivo, temos a realização prática do ato de se comunicar. A comunicação humana é, portanto, a realização de um entendimento prático, que também envolve um alto grau de subjetividade – a compreensão do que trago dentro de mim e a interpretação disso na mente de qualquer interlocutor que possa captá-lo. É assim que criamos um amálgama de sentido em nossa comunidade, o sentido passa a ser compartilhado e coletivo. Afinal, o homem é um ser coletivo, aquilo que uma vez o filósofo Heidegger exprimiu na forma da coexistência – não é que existimos, mas coexistimos simultaneamente com os demais. Mas o que comunicamos majoritariamente? Que é que precisamos expressar mais facilmente? Onde é que devemos esta-

⁶ No original: “[...] there will be agreement about the interpretation of the event as negative [...]”

belecer o consenso mais prático? Isso não poderia ser outra coisa que as múltiplas ameaças que o desafio de viver nos impõe. A comunicação é, portanto, um ato de defesa. É o sentido expresso e compartilhado que fazemos uso a fim de nos preservarmos. Não é por outra razão que uma morte ganha mais conotação do que a vida, que a desgraça assume um papel mais primordial do que o sucesso, e assim substantivamente. O bem é uma garantia, uma recompensa. O mal, por outro lado, age contrariamente. Quando o mal ocorre, podemos perder o pouco que temos, podemos ficar sem nada do que amamos, podemos sucumbir à menor inquietação. Subitamente, nossa existência estará ameaçada – nem mais teremos a esperança do amanhã. É por isso que precisamos comunicar, desesperadamente, o mal. O mal é uma ameaça, que merece ser alardeada a fim de poupar os membros da comunidade na qual o sentido se estabelece. Há, nesse aspecto, uma tentativa de contenção do mal e é por isso que o negativo está sempre na primeira linha daquilo que informamos aos outros.

Assim, haveria uma consonância entre o objetivo da comunicação e aquilo que a notícia professa expressar. Há um ponto fundamental que uma teoria do conhecimento, relacionada à comunicação (expressada fundamentalmente nas notícias), poderia começar a abordar: o porquê de o mal ter sido sempre notícia. Por que razão o mal é sempre notícia e isso nunca se modificou? Por qual razão queremos ser informados sempre a respeito das coisas ruins? Essa razão de ser do conhecimento humano, que tão bem se expressa nas notícias, é questão que permanece pouco elaborada e sobre a qual a bibliografia é raríssima. É aqui que também podemos apontar uma clara distinção entre o *newsmaking* como uma teoria da prática, aquilo que Gaye Tuchman⁷ uma vez chamou de “[...] classificações surgindo da ação prática propositada [...]” (TRAQUINA, 2013 apud TUCHMAN, 1978, p. 46), do cerne de uma questão fundamental do conhecimento humano: a saber, a razão dos motivos de o mal aparecer sempre em primeiro plano quando necessitamos ser informados a respeito de algo. O conhecimento humano, curiosamente, então tenderia a se ancorar em um juízo valorativo – isto é, juízos valorativos antecederiam o estabelecimento do conhecimento e, mais importante ainda, tenderiam a condicioná-lo. Importantíssimo ao estudo da comunicação e do jornalismo, portanto, compreender que a práxis, o fazer comunicacional, o agir comunicativo, difere-se de uma teoria do conhecimento, sobretudo ao elucidar o papel que o mal assume para o estabelecimento do conhecimento humano. Precisamos conhecer, saber, informarmo-nos a respeito do mal de antemão – não podemos esperá-lo, não podemos deixar que nos alcance tão facilmente; a comunicação e a notícia, que cristaliza essa necessidade, tenderiam a demonstrar com facilidade o ponto de vista que assumimos aqui: que um juízo valorativo (o mal), que estabelece o conhecimento incutido na notícia, determina o viés informacional que o campo da comunicação assume em nossa realidade. A epistemologia dos valores atribuídos às ações, portanto, antecede-se à práxis. De modo que se a notícia é o que é, isso não é fruto exclusivo do externo – do lado econômico, público, organizacional, jornalístico –, mas que, muito além disso, deve-se reconhecer à espécie do conhecimento buscado que subjaz à construção da notícia antes mesmo de o jornalista sair à rua.

⁷ Conhecida socióloga norte-americana.

Referências

- BELTRÃO, L. **Jornalismo interpretativo**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- GALTUNG, J. & RUGE, M. H. The Structure of Foreign News. The presentation of the Congo, Cuba, and Cyprus Crisis in four norwegian newspapers. **Journal of International Peace Research**. Oslo. v. 2. n.1. pp. 64 - 91, 1965.
- ERICSON, R; BARANEK, P. & CHAN, J. **Visualizing Deviance**: a study of news organizations. Toronto: University of Toronto Press, 1987.
- MUJICA, H. **El Imperio de la noticia**: algunos problemas de información en el mundo contemporáneo. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1982.
- SODRÉ, M. **A narração do fato**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- _____. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- VAN DIJK, T. **News analysis** – case studies of international and national news in the press. Hillsdale: Erlbaum, 1988.

Os desafios da Comunicação e as ONGs de mulheres negras no Brasil

Céres Santos

Discente do curso de Doutorado Interinstitucional (Dinter) entre o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM/USP) e a Universidade do Estado da Bahia (UNEB), sendo orientanda da professora Dra. Roseli Figaro. Jornalista e docente no curso de Jornalismo em Multimeios da UNEB. E-mail: ceresantos3@gmail.com.

Resumo: Neste artigo faço uma revisão das ideias de Stuart Hall, Jesus Martín-Barbero e Néstor García Canclini, com o apoio de Escosteguy (2010), sobre os Estudos Culturais inglês e latino-americano. Ainda que de forma fragmentada, procuro, nessa revisão, identificar similaridades nas proposições, como mediações e mestiçagem (Martín-Barbero), hibridismo cultural (Canclini), racismo e gênero (Hall), com as proposições nucleares dos feminismos negros, como enfrentamento do racismo e das exclusões de gênero, a partir do ativismo de quatro ONGs de mulheres negras brasileiras.

Palavras-chave: Estudos Culturais. Comunicação. Racismo. Gênero. Ativismo digital.

Introdução

Este artigo trata de questões cruciais da comunicação necessárias para a compreensão do ativismo de quatro organizações de mulheres negras brasileiras – Instituto Odara (BA), Criola (RJ), Flores de Dan (BA) e Associação de Mulheres Rendeiras de Petrolina (PE) – que recorrem às redes sociais digitais para divulgarem seus discursos embasados nas proposições dos feminismos negros. Esse recurso comunicacional opera como alternativo aos veículos brasileiros de comunicação hegemônicos e refratários a esses conteúdos e, ao mesmo tempo, contribuiu para a inserção dessas organizações nos cenários internacional transnacional e nas novas formas associativas dos movimentos sociais promovidas pela apropriação e uso das tecnologias de informação e comunicação - TIC.

Neste artigo, me proponho a identificar com qual das propostas dos autores citados acima, há uma aproximação mais explícita com a ideia nuclear do ativismo digital dessas quatro instituições. Nesse sentido, estruturei esse artigo da seguinte maneira: primeiro faço uma breve apresentação da ideia de organizações não governamentais (ONGs) de mulheres negras brasileiras. Em seguida e, a partir, principalmente, de Escosteguy (2010), destaco algumas das semelhanças das contribuições de Stuart Hall, Jesus Martín-Barbero e Néstor García Canclini, aos Estudos Culturais inglês e latino-americano sobre o paradigma da comunicação e a inclusão da cultura entre os desafios desse campo na contemporaneidade. Por último, procuro identificar com quais desses

autores há uma confluência das formulações sobre gênero, raça e racismo, aos ativismos de quatro ONGs de mulheres negras brasileiras.

Solidariedade e resistência negras diáspóricas

O movimento de mulheres negras no Brasil tem como elemento propulsor a intersecção de fatores estruturados no racismo, nas exclusões de gênero, classe e sexualidade, na diversidade de intervenções nos movimentos sociais. Inclusive, há registros apontam para o seu surgimento anterior à Abolição da Escravatura (1888), e já com uma característica típica da atualidade e das redes sociais: a solidariedade. Nesse período a solidariedade estava focada na compra de alforrias de homens e mulheres negros(as), ainda escravizados(as). Aliás, essas experiências do passado, segundo Gohn (2011, p. 343) “[...] não advém de forças congeladas do passado – embora este tenha importância crucial ao criar uma memória que, quando resgatada, dá sentido às lutas do presente. A experiência recria-se cotidianamente, na adversidade das situações que enfrentam.”

Para Santos (2009), o movimento de mulheres negras ganhou caminho própria a partir de duas resistências: a dos homens negros do Movimento Negro, nos anos 70 do século passado e, também, na mesma época, a postura refratária do movimento feminista tradicional às especificidades das mulheres negras e não limitadas à questão de gênero. Para Carneiro (2001)

Esse novo olhar feminista e anti-racista, ao integrar em si tanto as tradições de luta do movimento negro como a tradição de luta do movimento de mulheres, afirma essa nova identidade política decorrente da condição específica do ser mulher negra. O atual movimento de mulheres negras, ao trazer para a cena política as contradições resultantes da articulação das variáveis de raça, classe e gênero, promove a síntese das bandeiras de luta historicamente levantadas pelos movimentos negros e de mulheres do país, enegrecendo de um lado, as reivindicações das mulheres, tornando-as assim mais representativas do conjunto das mulheres brasileiras, e, por outro lado, promovendo a feminização das propostas e reivindicações do movimento negro (IBIDEM, p.3).

Segundo Santos (2009), as ONGs de mulheres negras no Brasil têm representado importantes espaços políticos e de resistência contemporâneos na luta contra formas de opressão na sociedade. E essa diversidade de intervenções faz com que essas organizações atuem nas três fontes de ações, citadas por Gohn (2008): movimentos identitários; movimentos de luta por melhores condições de vida e de trabalho; e movimentos globais ou globalizantes.

Para Santos (2009, p. 282), “[...] a perspectiva racial e de gênero identifica (e denuncia) que a intersecção de raça e gênero produz situações de opressão, bem como demandas específicas, que são distintas daquelas produzidas pela atuação ‘somente’ do racismo ou ‘somente’ do gênero.” A partir desse lugar de fala, apontado por Santos (2009), as ONGs de mulheres negras, na contemporaneidade, mantêm ações conjuntas com outros segmentos e organizações do movimento social brasileiro e reforçam uma aliança diáspórica com mulheres negras, responsável pelo surgimento da Articulação de Organizações de Mulheres Negras Brasileiras (AMNB) e da Red Afrolatina y Caribeña de Mujeres.

Ao recorrerem à comunicação e ao uso das TIC as quatro ONGs de mulheres negras im-

primem uma ação crítica aos meios de comunicação e superam barreiras. Por meio de ações educativas se dispõe a enfrentar a exclusão digital no uso de computadores e internet que, de acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2013), atinge, diretamente, as mulheres negras e de baixa renda.

Segundo dados da pesquisa dossiê **Mulheres negras**: retrato das condições de vida das mulheres negras no Brasil (IPEA), em 2001, os domicílios sem computador e chefiados por mulheres brancas chegavam a 85% e a 95,3% dos lares chefiados por mulheres negras.

Observa-se que a exclusão digital no Brasil é mais acentuada entre as mulheres negras, e se constitui como um mecanismo de perpetuação das desigualdades estruturadas por raça e gênero, inviabilizando o acesso desse grupo ao mercado de trabalho formal para além dos empregos subalternos e de impedimento em um maior ingresso dessas mulheres no ensino superior.

As quatro organizações de mulheres negras brasileiras têm trajetórias e motivações afins. Todas têm uma visão crítica sobre o papel da comunicação e da ação da mídia hegemônica, refratária às iniciativas do ativismo de mulheres negras. No caso da invisibilidade, Sodré (1995) avalia essa ausência recorrendo a metáfora do mito do vampiro:

Drácula, bem o sabem os aficionados, não se reflete no espelho - logo, é sem imagem. O mito do vampiro tem sido persistente no imaginário contemporâneo, talvez porque indique, com alguma magia, a armação da cultura em construção de uma identidade. O conde Drácula é o inverso da identidade normalizada pela cultura pequeno-burguesa. E, para coroar todas as suas inversões antropológicas, não aparece no espelho. (SODRÉ, 1995, p. 1)

O Instituto da Mulher Negra Odara foi fundado em Salvador/BA, em agosto de 2010, para contribuir na superação do racismo e na inclusão sociopolítica e econômica das mulheres negras. Odara tem uma consistente articulação regional, nacional e internacional com outras organizações e redes de Já o Instituto Flores de Dan também é baiana e foi criado em 2004 por cinco jornalistas negras para executar ações para a democratização da comunicação, atuar nas áreas cultural e dos direitos humanos, promover o empoderamento e fortalecer a cooperação. Flores de Dan ocupou uma vaga no 1º Conselho de Comunicação da Bahia (2012) e integra a Frente Baiana pela Democratização da Comunicação.

Já a Associação das Mulheres Rendeiras foi fundada em 1997, na cidade pernambucana de Petrolina/ PE, para contribuir na formação profissional de mulheres de baixa renda, a partir da oferta de cursos de corte e costura, pintura em tecido, produção de bordados e rendas e na reflexão de temas como gênero, raça e mercado de trabalho. A quarta ONG é a Criola, criada no Rio de Janeiro em 1992, para atuar na promoção e defesa dos direitos das mulheres negras e melhoria da qualidade de vida da população negra. Sua missão é de contribuir na formação de mulheres, adolescentes e meninas negras no enfrentamento ao racismo, sexism, lesbofobia e transfobia. Todas atuam nas redes digitais.

A interferência da cultura no paradigma da comunicação

A intermediação de Escosteguy (2010) para a identificação de similaridades entre os Estudos

Culturais inglês e latino-americano no que diz respeito ao paradigma da comunicação e a inclusão de questões presentes na cultura, constituindo assim, um novo desafio ao campo da comunicação na contemporaneidade, decorre do fato da autora ter produzido um consistente estudo sobre as duas proposições, após um minucioso mergulho nas obras de Stuart Hall, Martín-Barbero e Canclini. E foi desse estudo e, também, da leitura de algumas obras e artigos desses e de outros(as) autores(as), que filtrei os conteúdos que contribuíram para essa aproximação, de proposições teóricas a prática das ONGs de mulheres negras já citadas.

Ressalta-se que as propostas de Estudos Culturais estão relacionadas às realidades, aos contextos vividos por Hall (jamaicano que viveu na Inglaterra), por Martín-Barbero (espanhol que vive na Colômbia desde 1963) e por Néstor García Canclini (Argentina). Escosteguy (1998, p. 87) destaca que a origem dos Estudos culturais é inglesa, mas a proposta se ramificou por vários países sem que isso tenha representado a presença de “[...] um corpo fixo de conceitos que pode ser transportado de um lugar para o outro e que opere de forma similar em contextos nacionais ou regionais diversos.” O próprio Hall (2005, p. 2) observa que os Estudos Culturais refletem a base que muda

rapidamente, de pensamento e de conhecimento, de argumento e de debate, de uma sociedade e de sua própria cultura. É uma atividade de auto-reflexão intelectual. Opera dentro e fora da Academia. Representa algo, de fato, do enfraquecimento dos limites tradicionais entre as disciplinas e do crescimento de modos de pesquisa interdisciplinar que não se encaixam facilmente ou que não podem ser contidos dentro dos limites das áreas de conhecimento existentes. Como tal, isso representa, inevitavelmente, um ponto de distúrbio, um lugar de tensão e mudança necessárias, em pelo menos dois sentidos.

Afinal, os contextos não operam como um cenário estanque, mas integram as forças que os constituem e, assim, eles, os contextos, são frutos da movimentação das relações de poder e refletem sobre eles e conhecer as suas tramas exige a identificação real dessas relações para desarticula-lás ou rearticula-lás, promovendo, assim, um processo de surgimento de novos contextos.

Os Estudos Culturais ingleses surgem, em 1967, através do Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS), ligado ao English Department da Universidade de Birmingham, tendo como questões nucleares “[...] as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como, suas relações com a sociedade e mudanças sociais.” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 88)

Na América Latina não houve a centralização dos estudos culturais, mas Mato (2015) destaca a criação do Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais (CLACSO), no mesmo ano da criação do CCS, em 1967, da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC), em 1978; e da Federação Latino-Americana de Faculdades de Comunicação Social (FELAFACS), em 1981.

Enquanto nos anos 1980 o império britânico passava por uma crise identitária decorrente do impacto neoliberal, registrando alterações nas relações socioculturais e nas culturas tradicionais motivadas pelo crescimento dos meios de comunicação, os Estudos Culturais latino-americanos

emergiam, com mais força nos anos 90, em decorrência das reflexões ocorridas por intelectuais de vários países da América Latina e, principalmente, no meio acadêmico, por meio de estudos no campo da comunicação que associavam cultura ao poder em um momento de redemocratização e de efervescência social em vários países.

Nesse cenário, Escosteguy (2010) salienta que Martín-Barbero observou que os processos de revisão conceitual e metodológico do campo da comunicação passavam a inserir os movimentos sociais e as novas dinâmicas culturais, reconhecendo, assim, a experiência social. Ele percebeu que a comunicação não se esgotava nos meios, mas nos tipos de processos comunicacionais decorrentes dos meios para além de teorias limitadas ao emissor, mensagem, receptor, código, fonte etc. Aliás, Costa, Machado e Siqueira (2006, p.113) salientam que no livro de Martín-Barbero¹ **Dos Meios às Mediações**, o autor apresenta uma proposta teórica e alternativa aos métodos tradicionais de pesquisa na época, em que a história, a política e a cultura são deslocadas para o núcleo central dos debates a respeito da comunicação.

Atento a essa movimentação social e popular, Canclini, segundo Escosteguy (2010), constata que questões antes consideradas como privadas estavam promovendo alterações na vida cotidiana das pessoas a partir dos movimentos sociais e dos meios de comunicação. Daí se interessar segundo Costa, Machado e Siqueira (2006, p. 123), em estudar “[...] sobre consumo cultural, transformações das identidades nacionais e efeitos da massificação sobre a cultura popular.”

Já as movimentações na realidade inglesa, motivaram Hall (2016), na década de 1980, a reformular as críticas ao paradigma dominante na Teoria da Comunicação. Hall (2016) defendia que o conjunto de críticas ao paradigma dominante da comunicação deveria provocar uma crise sobredeterminada que envolia dimensões internas e externas, sendo as primeiras as bases epistemológicas, teóricas e metodológicas e os processos do paradigma dominante. Já na dimensão externa, estão as instituições e práticas comunicativas, entendidas em relação às estruturas sociais, políticas e econômicas.

Hall (2016) havia recuperado de Louis Althusser o conceito de sobredeterminação, que segundo Émerson Pirola (2016) é o principal elemento de diferenciação entre as dialécticas marxiana e hegeliana. Nesse sentido, “[...] a sobredeterminação designa, na contradição, a qualidade essencial seguinte: a reflexão, na própria contradição, de suas condições de existência, ou seja, de sua situação na estrutura com dominante do todo complexo.” (PIROLA, 2016, p. 370)

Mas, a partir dos anos 1980, Hall (2016) afasta-se das ideias de Althusser e aproxima-se da hegemonia de Gramsci para tratar de situações em que uma classe dominante é capaz de coagir uma classe subalterna e, assim, asseitar-se aos seus interesses e exercer uma “hegemonia” ou “autoridade social total” sobre as classes subordinadas, em uma ação típica do poder.

É na releitura do paradigma da comunicação que se observa uma confluência entre as proposições de Hall com as de Martín-Barbero e Canclini. Para Escosteguy (2010), a incorporação da reflexão de Gramsci pelos Estudos Culturais, estimulada por Hall, “[...] deve-se em grande medida ao seu ataque ao economicismo e reducionismo dentro do marxismo clássico. O economicismo

¹ Este livro foi lançado em 1987 e, um ano depois, em 1988, Martín-Barbero publica na revista da FELAFACS um artigo, Diálogos, onde faz referência a Hall.

e o reducionismo devem ser entendidos como uma aproximação teórica que tenta ler/interpretar as fundações econômicas da sociedade como a única estrutura determinante” (Idem, p. 101).

Essa revisão teórica nos Estudos Culturais não se limitou ao universo britânico. Na América Latina, o contexto local também preocupava Martín-Barbero (1997) e Canclini. O primeiro adotou a ideia de hegemonia de Gramsci para pensar cultura que, em sua opinião:

[...] revela-se, em primeira mão, no questionamento das teorias dominantes na investigação da comunicação, na medida em que primordialmente não contemplam o modo como as pessoas se comunicam e usam os meios de comunicação. Nas teorias dominantes, a comunicação assume um sentido genérico de circulação de informações. (ESCOSTEGUY, 2010, p.106)

Já Canclini que tinha uma aproximação com as proposições de Bourdieu sobre o capital cultural, ao articular suas propostas de Bourdieu com as de Gramsci percebeu que “[...] um desenvolvimento específico das forças produtivas e das relações sociais construiu em nosso continente um capital cultural heterogêneo em que confluíram a herança das culturas pré-colombianas, cultura europeias — a portuguesa e espanhola sendo essa última em maior quantidade — e a presença negra.” (Escosteguy, 2010, p. 101) E, se propõe, a partir do ‘hibridismo cultural’, a conhecer essas intersecções culturais onde convivem diferentes processos. Novamente, me parece que a ideia “hibridismo cultural” é universalizante e, como tal, não se detém as especificidades de cada um desses grupos, e sim, nas consequências das relações entre os grupos, simultaneamente da modernidade e da pós-modernidade no tecido social latino-americano.

Ao propor “mestiçagem” Martin-Barbero (1997, p. 8) defende que a cultura precisava estar presente na comunicação, pois a “mestiçagem” não se limita às diversidades racial e étnica, existentes, ainda hoje, na América Latina, mas à rede “[...] de modernidade e descontinuidades culturais, deformações sociais e estruturas do sentimento, de memórias e imaginários que misturam o indígena com o rural, o rural com o urbano, o folclore com o popular e o popular com o de massivo” (idem).

Explicitamos, assim, o atual reencontro do método com a situação latino-americana na dupla dimensão de sua diferença: a que produziu a dominação, historicamente, e a que, socialmente, constrói-se na mestiçagem das raças, dos tempos e das culturas. Na articulação dessa dupla dimensão torna-se socialmente visível o sentido contraditório da modernidade na América Latina: tempo de desenvolvimento atravessado pelo descompasso da diferença e da descontinuidade cultural (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 212).

Para Martín-Barbero a “mestiçagem” se efetiva por meio de uma articulação entre matrizes culturais distintas, entre tradição e modernidade, entre urbano e o rural, massivo e popular, tempo do cotidiano e do capital.

[...] poderia equivaler-se ao de cultura, operando num nível mais geral de abstração. Nesse mesmo nível, os conceitos de hegemonia e história completariam sua reflexão. E em torno da ideia de cotidianidade, desdobrada nas dimensões de sociabilidade, ritualidade e tecnicidade, residiria um nível de mais concretude. (Idem)

Segundo Escosteguy (2010, p. 100), Canclini assume a cultura para a compreensão da pro-

dução dos fenômenos, por meio da representação ou da reelaboração simbólica das estruturas materiais “[...] para a compreensão, reprodução ou transformação do sistema social, ou seja, a cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação do sentido.”

Daí Canclini (1989) reforçar a proposta de que na América Latina, há uma cultura híbrida, onde a modernidade se assemelha à pluralidade e se propõe a romper as barreiras que isolam o tradicional do moderno, entre o massivo o popular e o tradicional. Diante de uma América Latina descontínua e plural, Canclini constrói a ideia de “hibridação cultural” que consiste na miscigenação de diferentes culturas, incluindo os meios de comunicação.

Sendo assim, hibridização é uma “heterogeneidade cultural” presente no cotidiano do mundo moderno na América Latina. Canclini (1989. p. 19) comprehende hibridação como sendo “[...] processos sócio culturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma, separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas.” Nessa categoria, segundo o autor, não só é possível unificar e acolher uma variedade de fatos e alianças como relativizar a ideia de identidade.

É preciso salientar que as ideias de Hall não se constituíram como consensuais nos Estudos Culturais britânicos, mas é inegável que, ao lado de outros teóricos, tornou-se um potencial desestabilizador sobre, particularmente, cultura, poder, mídia e recepção, por exemplo. Também promoveu visibilidade e deslocamentos nas questões de raça e gênero, ao tratar das identidades e, assim, faz inserções, vanguardistas, ao paradigma da comunicação.

Tanto os Estudos Culturais inglês quanto o latinoamericano atribuíram à cultura uma posição distinta da esfera econômica e, assim, contribuíram para um esgarçamento do próprio conceito de cultura, observando as práticas e sentidos na vida real e do cotidiano, provocando um desanuviamento sobre diversas manifestações culturais. Nessa revisão conceitual das produções dos três autores, observa-se que les identificam nas teias da cultura, as temáticas racial e étnica. Porém, refletem por rotas distintas. Martín-Barbero e Canclini, a partir da “mestiçagem” e “culturas híbridas”, percorrem caminhos com similaridades, porém distantes dos de Hall.

Racismo, cultura, identidades plurais e fragmentadas nos Estudos Culturais

Martín-Barbero e Canclini constatam uma das características das sociedades latino-americanas: a presença de uma diversidade racial e étnica singular e complexa. Mas as propostas de “mestiçagem” e “hibridismo cultural”, a meu ver, procuram amalgamar, homogeneizar realidades culturais que, apesar de similaridades, têm percursos históricos e identitários distintos e que, quando observados, por exemplo, pela ótica das relações de poder entre elas e o Estado, podem esconder peculiaridades e provocar hierarquias entre elas, embora Martín-Barbero comprehenda que essa mistura seja típica da América Latina. Por outro lado, não se pode negar que essa homogeneização, na contemporaneidade, já acontece com a quebra das fronteiras a partir da globalização.

Canclini, por sua vez, ao propor o “hibridismo cultural” reconhece a existência na América Latina de uma ampla diversidade cultural, desde culturas nativas e reminiscentes pré-colom-

bianas, europeias — a portuguesa e a espanhola, sendo essa última em maior quantidade — e a negra. E, se propõe a partir do “híbridismo cultural” a conhecer essas intersecções culturais onde convivem diferentes processos. Novamente, me parece que a ideia de “híbridismo cultural” é universalizante e, como tal, não se detém às especificidades de cada um desses grupos, e sim às consequências das relações entre os grupos.

Já Hall (2005) trata da cultura, na pós-modernidade, como sendo fragmentada e o sujeito tem sua identidade formada por várias facetas, receptível ou não a uma diversidade de possibilidades, também provocada pelos intercâmbios da globalização. Sendo assim, essa identidade “híbrida” é resultado de uma crise identitária provocada por mudanças ocorridas na sociedade global. Canclini pensa sobre identidade cultural a partir da hibridização e Hall da fragmentação cultural e da crise das identidades que podem gerar não só novas combinações, mas resistências a elas.

Nos 1990, Hall decide retomar uma das especificidades culturais observada pelos estudos sociais, o problema do racismo, focando em questões presentes na Inglaterra, como diáspora e migração que levaram “[...] à formação, no próprio coração e centro da vida cultural britânica, e das cidades britânicas, da vida política e social, de novas diásporas britânicas negras que se instalaram de modo permanente.” (HALL, 2005, p. 3) Aliás, essas questões fizeram parte das identidades do autor, jamaicano e filho de pai negro e mãe branca, que foi estudar na Inglaterra, vivendo, simultaneamente, entre vários mundos e realidades. Escosteguy (2003, p. 61) afirma que “[...] se as identidades pessoais têm história e passado as identidades sociais também têm história e passado.” Ele já havia declarado² sobre as motivações pessoais nos estudos das questões de racismo, diáspora e migração.

Hall (2005, p. 6) também se preocupou sobre a interferência do racismo nos meios de comunicação: “Fomos alertados para a natureza da estereotipia racial, para a imagem negativa de raça e etnicidade na mídia, para a ausência de relatos sobre a experiência negra como parte central da história inglesa, para a repetição na mídia de uma forma simplificada e truncada de representar a história, a vida e a cultura negra.”

Essas referências me levam a identificar em Hall uma aproximação da sua visão sobre o racismo com o ativismo de organizações de mulheres negras brasileiras. É esse lugar de fala que diferencia essas organizações, por exemplo, do movimento feminista hegemônico e do Movimento Negro é o mesmo que une essas organizações ao pensamento de Hall. A outra exclusão enfrentada pelas mulheres negras, a de gênero, vai encontrar mais eco nos Estudos Culturais inglês do que no latino-americano.

Contribuições dos Estudos Culturais ao feminismo

Segundo Escosteguy (2016) e Costa (2014), o início das reflexões de gênero nos Estudos Culturais se deu de forma tensa, em um momento em que o Centro de Estudos Culturais Con-

² Em 2000, Stuart Hall fez a conferência de abertura da VII Conferência da Associação Brasileira de Literatura Comparada (ABRALIC), ocorrida na reitoria da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Na oportunidade, ele comentou do incômodo que lhe causava ouvir na Inglaterra que o “povo caribenho” era desprovido de cultura própria, por conta da interferência colonialista de outras culturas europeias, orientais e africanas. Não convencido dessa afirmação se dedicou a estudar sobre racismo e identidade.

temporâneos se debruçava sobre identidade. Na época (anos 1970), Hall chegou a fazer declarações evidenciando uma postura patriarcal e resistente ao feminismo. Após receber críticas de integrantes dos Estudos Culturais, a exemplo de Charlotte Brunsdon, Dorothy Hobson e Angela McRobbie, o problema foi sendo superado. Em meio a essa colisão de entendimentos distintos, as feministas inseriram na agenda dos Estudos Culturais reflexões sobre gênero e classe, associadas ao marxismo e, também, relacionadas as mudanças provenientes de uma crítica feminista da mídia, no contexto inglês.

De acordo com Escosteguy (2016), uma das primeiras publicações do Centro, que revela uma aderência com a crítica feminista é o artigo **Images of Women in the Media** (1974). Nessa fase, os estudos homogeneizavam as experiências vividas pelas mulheres.

Já nos estudos realizados nos anos 1980 mostravam uma superação da universalização da igualdade que apaga identidades e especificidades como as de raça, etnia, geracional e sexual, por exemplo entre as mulheres para a identificação das diferenças entre elas. Para Escosteguy (2016), os estudos desenvolvidos por Corner propõem o uso de “projeto da cultura popular” em contraposição ao “projeto do conhecimento público”, numa intenção explícita de destacar que nos “[...] microprocessos que ocorrem no cotidiano, um dos espaços preferenciais de pesquisa da crítica feminista, em detrimento do foco nas relações estruturais entre mídia e sociedade, característica da outra linhagem.” A proposta “projeto da cultura popular” se centra no vivido, no entendimento do social a partir das experiências pessoais onde o privado é marcado pelo político.

Inclusive, uma das bandeiras do feminismo, nos anos 1970, foi: “o pessoal é político”. Essa mudança reforça existências de diferenças de identidades entre as mulheres e é nessa fase, segundo entendimento de Escosteguy (2016), que a teoria feminista e Hall passam a dialogar. Segundo a autora, os anos 1990 correspondem à terceira fase da crítica feminista nos Estudos Culturais e é quando, em termos teóricos emerge uma variedade de elementos que integram a condição feminina.

Já Costa (2014, p. 85) ressalta que para além do pessoal é político, as investigações teóricas feministas dos estudos culturais também promoveram “[...] o deslocamento da categoria de classe” e, assim, abriram visibilidade para outros fatores de subordinação social, contribuindo para uma “[...] maior compreensão da dominação/subordinação em nível subjetivo.” Dessa forma refletir sobre identidade faz emergir uma complexa rede de identidades e relações de poder.

Assim, de acordo com Costa (2014, p. 85), o feminismo, a subordinação e a dominação “[...] estavam marcadas no próprio corpo, excedendo aí seus limites puramente epistemológicos.” A autora destaca que as feministas dos Estudos Culturais não concebiam sujeitos apenas por discursos, mas também por corpos constituídos de “[...] uma materialidade aberta e recalcitrante, uma montagem de tecnologias, matérias, discursos e outros elementos não humanos.” O tema sobre teorias feministas e os Estudos Culturais não param aqui. Procurei apenas demonstrar que os estudos culturais contribuem para o avanço das reflexões sobre a questão nos movimentos feministas.

Quando foco o tema nos estudos de Canclini e Martín-Barbero, não se identifica uma produção teórica consistente e atuante junto à sociedade sobre gênero. Na proposta de “mediação e

recepção” de Martín-Barbero houve a realização de pesquisas onde a mulher foi destacada. Porém, dentro do binômio homem versus mulher, sem qualquer outro estudo que abrangesse temas como identidade, raça, etnia, sexualidade etc.

Considerações finais

A proposta de “mestiçagem cultural” de Martín-Barbero e de “cultura híbrida” de Canclini tem aproximações efetivas e procuram identificar as novas culturas que emergem em um universo de relações globalizadas e marcadas por uma diversidade cultural, mas me parece que essa universalização provoca certo apagamento das marcas históricas, das peculiaridades, das necessidades e reivindicações de cada grupo.

Já Hall não desconhece essa mesclagem, tanto que discorreu sobre o sujeito de identidades fragmentadas, mas se deteve a estudar fenômenos ainda presentes nas sociedades, a exemplo do racismo, para entender as relações de poder e de como a mídia constrói e representa a raça. Esse estudo constatou a aproximação dos estudos de Hall com as narrativas das quatro ONGs de mulheres negras brasileiras, destacadas nesse artigo, que entendem o racismo e as exclusões de gênero como determinantes para o ativismo digital e da formulação dos feminismos negros.

Com relação à questão de gênero, novamente observa-se que os Estudos Culturais britânicos aprofundam a discussão, chegando a gerar estudos que contribuíram para o avanço do ativismo feminino. Canclini chegou a constatar uma mudança em questões antes consideradas como privadas que mudaram a vida cotidiana dos movimentos sociais e dos meios de comunicação. Mas não relacionadas à categoria gênero.

Referências

- CANCLINI. Néstor Garcia. **Culturas híbridas**. EDUSP. 1989.
- COSTA, Claudia de Lima. Os estudos culturais na encruzilhada dos feminismos materiais e des-coloniais. In: **Revista Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, n.44, jul/dez. 2014, p. 79-103.
- COSTA, Rosa Maria Cardoso Dalla, MACHADO, Rafael Costa, SIQUEIRA, Daniele. **Teoria da Comunicação na América Latina**: da herança cultural à construção de uma identidade própria. Editora UFPR, 2006.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Uma Introdução aos Estudos culturais. **Revista Famecos**, PUC/RS, n. 9, dezembro de 1998.
- _____. **As relações de gênero nos estudos de recepção**: notas sobre metodologias de pesquisa e suas repercussões teóricas. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP13ESCOSTEGUY.pdf. Acesso em 31. mar. 2019
- _____. Stuart Hall: esboço de um itinerário biointelectual. **Revista Famecos**, PUC/RS, nº 21, ago. 2003.

- _____. **Cartografias de estudos culturais.** Autêntica, 2010.
- _____. Stuart Hall e feminismo: revisitando relações. **Revista MATRIZes**, USP, v. 10, n. 3 set/dez. 2016. pp. 61-76.
- GONH, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, v. 16, n. 47, mai-ago. 2011, pp. 333-36.
- _____. **Abordagens e teorias no estudo dos movimentos sociais na América Latina.** Cadernos CRH, Salvador, v. 21, n. 54, dez. 2008, pp. 439-455.
- GUEDES, Viviane Marques. A contribuição de Stuart Hall e de Néstor García Canclini para os estudos da identidade cultural contemporânea. **Revista Temática**, ano IX, n. 2, 2013.
- HALL, Stuart. A ideologia e a teoria da Comunicação. **Revista MATRIZes**, USP, v. 10, n. 3. 2016, pp. 33-46.
- _____. Raça, cultura e comunicações: olhando para trás e para frente dos Estudos Culturais. **Revista do Programa de Pós-Graduados em História**, PUC/RS, 2005. Disponível em: file:///C:/Users/Acer%201/Downloads/2308-4735-1-PB%20(3).pdf. Acesso em: 29. nov. 2018.
- _____. Reflexões sobre modelo de codificação/decodificação, uma entrevista com Stuart Hall. In: **Da diáspora identidade e mediações culturais**. Editora UFMG, 2003, pp. 333-364.
- _____. Codificação e decodificação. In: **Da diáspora identidade e mediações culturais**. Editora UFMG, 2003. pp. 365-381.
- _____. **Identidade cultural na pós-modernidade.** DP&A Editora, 2001.
- MATO, Daniel. Stuart Hall, a partir da e na América Latina. In: **Revista Matrizes**, USP, v. 9, n. 2, jul/dez. 2015, pp. 47-65.
- PIROLA, Emerson. Althusser e a sobredeterminação na obra de Marx. **Revista Opinião Filosófica**, v. 7, n. 1, Porto Alegre, 2016. pp. 359-371.
- SANTOS, Sonia Beatriz dos. As ONGs de mulheres negras no Brasil. **Revista Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 12, n. 2, jul./dez. 2009. pp. 275-280.
- SODRÉ, Muniz. **Uma genealogia das imagens do racismo.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/3/19/mais!/10.html>. Acesso em: 1. dez. 2018.
- SOVIC, Liv. **Pensado com Stuart Hall.** Disponível em: http://compos.com.puc-rio.br/media/gt5_liv_sovik.pdf e http://compos.com.puc-rio.br/media/gt5_liv_sovik.pdf. Acesso em: 20 nov. 2018.

Mediações, linguagens e narrativas da televisão

A narrativa jornalística seriada da TV aberta no Brasil

Sonia Regina Soares da Cunha

Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA-USP). Área de concentração: Teoria e Pesquisa em Comunicação. Pesquisadora do grupo de pesquisa Epistemologia do Diálogo Social, liderado pela Profa. Dra. Cremilda Celeste de Araújo Medina, orientadora da pesquisa. E-mail: reginacunha@usp.br

Resumo: Este texto apresenta parte de uma pesquisa de doutorado sobre a produção jornalística televisual do século XXI, veiculada em horário nobre pelos telejornais da TV aberta do Brasil. Para este artigo destaco três reflexões: a) a evolução tecnológica do processo de mesclar imagem, áudio e texto, que no cinema é chamado de montagem e na televisão contemporânea de edição não linear, sendo que este processo passou da montagem contínua para a montagem sintética (SCHAEFER, 2006); b) a “curiosidade epistêmica” que nutre e ativa a memória do jornalista, como no sistema neurobiológico, para a criação da história imagética que valoriza as emoções embasada no conhecimento perceptivo e evolui para a “narrativa jornalística autoral” (CUNHA; MEDINA, 2017); e c) a “série jornalística televisual” (CUNHA, 2019) como uma mudança de paradigma para o “immediatismo” (BIGNELL, 2002), uma das chaves míticas elementares da notícia televisual.

Palavras-chave: Narrativa jornalística seriada. Curiosidade epistêmica jornalística. Edição jornalística televisual. Epistemologia do diálogo social. Jornalismo televisual.

A narrativa jornalística televisual brasileira no século XXI

Este artigo reflete sobre a produção jornalística do século XXI, veiculada em horário nobre pelos telejornais da TV Aberta do Brasil. A investigação realça possibilidades reflexivas na tentativa de evidenciar possíveis mudanças de paradigma dessa prática social mediática em constante processo de transformação tecnológica nas últimas décadas. Na primeira fase da pesquisa elaborei o registro analítico reflexivo sobre o referencial bibliográfico documental do tema, bem como desenvolvi a análise do conteúdo televisual através das transcrições dos vídeos das reportagens (descritivo quantitativo da imagem em movimento, do áudio, dos gráficos, legendagens e ilustrações etc.), ou seja, registro das peças selecionadas para compor o corpus empírico da investigação, atualizado em 2018: 1) *Fome*, Marcelo Canelas, Jornal Nacional, 2001, TV Globo; 2) *Blitz Educação*, André Azevedo, Jornal Nacional, 2011, TV Globo; 3) *Desaparecidos*, Fábio Panúnzio, Jornal da Band, 2012, TV Bandeirantes; 4) *As crianças e a tortura*, Luiz Azenha, Jornal da Record, 2013, TV Record; 5) *O avanço da maconha*, Fábio Panúnzio, Jornal da Band, 2014, TV Bandeirantes; 6) *Sobreviventes do holocausto*, André Tal, Jornal da Record, 2015, TV Record; 7) *Carros Elétricos*, André Trigueiro, Jornal Nacional, 2018, TV Globo; e 8) *Projetos jornalísticos*, graduação CJE ECA-USP, 2018. Para este artigo, apresento uma análise reflexiva sobre três “achados” da

pesquisa: a) como a tecnologia influenciou na transição na edição da notícia televisual; b) a “curiosidade epistêmica” como um possível ponto de ignição para a elaboração da “narrativa jornalística autoral”; e c) a “narrativa jornalística seriada” como uma mudança de paradigma para o “immediatismo” da notícia televisual.

A edição jornalística televisual: da montagem contínua para a montagem sintética

Com relação ao primeiro ponto, observei diacronicamente a evolução do “formato industrial” a provocar deslocamentos na “matriz cultural” da produção da notícia televisual, modificando a “lógica dessa produção” midiática e, também, a maneira como a audiência faz essa mediação através da “lógica do consumo” e dos usos. (MARTÍN-BARBERO, 2002) Ao fazer um corte sincrônico nos anos 1960, é possível observar que o processo era chamado de montagem filmica jornalística, porque os eventos noticiosos eram captados e exibidos a partir dos rolos de filmes, com base no suporte celuloide, demandando alguns dias para o processamento químico da revelação das imagens. Na sequência, o rolo de filme é substituído pela caixa com a fita de vídeo e o processo passa a ser de edição de vídeo, realizado com o auxílio de um operador técnico numa ilha onde ficava a máquina. Hoje, executa-se a edição não linear com apoio de *software*, cujo direito de uso é adquirido pela empresa de comunicação para instalação e execução nos computadores da redação.

Eventualmente, um editor independente pode adquirir autorização de uso do *software* para trabalhar em dispositivos individuais ou recorrer aos programas de edição de imagens, disponíveis em acesso aberto na internet. O sistema U-Matic, lançado pela Sony em 1969, no formato de fita de vídeo analógico ($\frac{3}{4}$ de polegada), contava com um sistema de gravação de áudio e vídeo (helicoidal), tendo sido bastante utilizado em reportagens externas, em substituição às câmeras com filmes de 16 mm (película), como observou o jornalista e professor Paulo Roberto Leandro (1948-2015) durante o seminário **O jornalismo na Nova República**¹: “Com o vídeo-tape portátil, o Jornalismo brasileiro, e especialmente a Globo que tem mais recursos, evoluiu para aquilo que conhecemos hoje.” (LEANDRO, 1987, p. 151) A pesquisa sobre a evolução da edição jornalística televisual revelou a passagem do *cut editing* filmico, corte e montagem da película feito manualmente, no formato “montagem contínua”, herdada da indústria cinematográfica, ou seja, a gravação e a montagem eram contínuas e realísticas, para a edição no formato “montagem sintética”, com edições de cenas mais curtas, mais som ambiente e efeitos especiais realizados com o apoio maquinico através das novas tecnologias. Crocomo, Lage e Leandro (2000; 1987) consideram problemática a questão da obrigatoriedade dos jornalistas em adquirir conhecimento técnico sobre os novos processos de produção noticiosa. “A edição não-linear é feita nos computadores da redação, não mais nas ilhas, alterando a rotina de edição de imagens e exigindo maior qualificação dos jornalistas.” (CROCOMO; LAGE, 2000, s/p).

Esse desenvolvimento tecnológico que exige “habilidade técnica” para o exercício jornalís-

¹ A Semana de Estudos de Jornalismo de 1986 foi coordenada pela Profa. Dra. Cremilda Medina e foi realizada no Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação de Artes da Universidade de São Paulo, na época dirigida pelo Prof. Dr. José Marques de Melo (1943-2018).

tico está a percorrer diversos setores das redações de televisão: produção (pauta, redes, dados estatísticos), reportagem (captação de imagem, gravação de áudio, fontes, transmissão ao vivo via internet), edição e pós-produção (legendagem, grafismo, tradução, dublagem, leitura de sinais, narrativa para cegos, desenho, arquivo, conversão), apresentação (teleponto, microfone, câmera), transmissão, entre outros. Diante da necessidade do uso de novos equipamentos para realizar a tarefa de reportar, aumenta o debate sobre a redução da capacidade intelectiva reflexiva do jornalista. “Os jornalistas não dispõem de uma reflexão crítica, intelectualmente garantida por uma Escola de Jornalismo superior. Eles acabam se submetendo, com muita facilidade a essa ditadura do padrão de qualidade, do acabamento.” (LEANDRO, 1987, p. 155)

Do outro lado da telinha, o telespectador também vivencia e tenta acompanhar a evolução tecnológica através dos dispositivos e plataformas midiáticas disponíveis para aquisição pelo consumidor cidadão. Sobre a produção caseira e o armazenamento de vídeos pela audiência, essa prática social midiática independente data dos anos 1980, ou seja, desde a adoção, aqui no Brasil, do sistema doméstico de cópias, o *Video Home System* (VHS, Japão/1950), que possibilitou ao cidadão ter em casa coleções particulares com fitas cassetes dos programas favoritos da TV, videogames e cópias de filmes famosos que podiam ser alugados nas locadoras. Essa quebra de paradigma do “capital cultural” (BOURDIEU, 2001), antes restrito a uma pequena camada da sociedade, detentora de “capital econômico e social”, tanto para adquirir quanto para acessar os bens simbólicos, através de leilões, coleções especializadas, museus, cinemas, salas de concerto, bibliotecas, foi estudada pelo antropólogo argentino Néstor García Canclini (1997) e nomeada de “descolecionamento”. Na atual conjuntura, o cenário passou do “descolecionamento” analógico de cada um para o *hubcolecionamento*² digital de vários uns (pessoas com poder aquisitivo para comprar tanto o acesso à internet de alta velocidade quanto para poder armazenar grande quantidade de dados multimídia).

Analisando por esse aspecto, a internet parece estar desconstruindo a relação entre a sociedade e bens simbólicos, ou seja, há uma crescente disponibilização online de fotos de famosas obras de arte, livros raros são digitalizados e ficam disponíveis em bibliotecas digitais, além de sites especializados numa economia participativa colaborativa. Sai de cena o efêmero arquivo material individual com fitas de áudio e vídeo oxidadas, discos riscados e livros impressos puídos, para a entrada da coleção virtual de bens simbólicos, também efêmera, compartilhadas coletivamente online, misturando gostos e interesses, “[...] dando novo sentido às tecnologias, conforme o uso que as pessoas fazem delas.” (CANCLINI, 1997) A efemeridade do digital está no poder transitório das corporações mediatecnológicas que se revezam na estratégia dinâmica transnacional ao atuar como Estados-nação da contemporaneidade. Em alguns casos, a digitalização ajuda a preservar documentos históricos, contudo não é fácil encontrar espaço no mundo real para guardar infinitos dados binários digitais em arquivos físicos. Por isso, tanto na Europa quanto na América, cientistas e bioengenheiros estão a investigar o uso de DNA sintético para o

² Central parte de alguma coisa onde há maior atividade, onde as coisas acontecem e as decisões são tomadas. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/hub> Acesso em 23 fev. 2019.

A experiência integrada do “eu autobiográfico”

O segundo ponto que registrei e apresento para o debate reflexivo trata da “curiosidade epistêmica jornalística” (CUNHA; MEDINA, 2017), que incentiva o jornalista narrador-autor a tentar conhecer/compreender, de maneira complexa, um acontecimento para a elaboração de uma narrativa autoral. A distinção entre a escrita de uma “notícia” e uma “narrativa autoral” está no equilíbrio entre a “técnica, a estética e a ética”. O conteúdo informativo mantém o equilíbrio estilístico através “[...] da contemplação de fatos que situam ou explicam o fato nuclear, da pesquisa histórica de antecedentes, e da busca do humano permanente no acontecimento imediato.” (MEDINA, 1978, p. 134)

O processo de elaboração da narrativa na mente humana foi observado pelo neurocientista português António Damásio (2010) como sendo, a princípio, o esboço de um mapa de imagens, e vai ficando mais nítido à medida que a consciência sente o mapa, ou seja, a consciência sente a formação de uma narrativa através da leitura cartográfica dos mapas imagéticos e dos sentimentos de si, através da decodificação dos sinais somatossensoriais emitidos pelo “sô-mato-sensitivo” (tato, sensação de temperatura, dor, muscular, visceral e vestibular), e também pelo paladar, visão, olfato e audição (CUNHA; MEDINA, 2017) essa narrativa, denominada por Damásio de “narrativa não-verbal de segunda ordem”, é vivenciada sem a necessidade de utilização de qualquer dispositivo externo, porque o humano tem a incrível capacidade de transformar esse conteúdo especulativo – melodia, imagem, sentimento – em linguagem, num piscar de olhos:

Em adição à história que exprime o ato de conhecer e o atribui ao recém-cunhado self central, o cérebro humano também gera automaticamente uma versão verbal da história. O que é acionado na trilha não verbal de nossa mente, o que quer que seja, é rapidamente transformado em palavras e sentenças. (DAMÁSIO, 2000, p. 239)

As emoções exercem um papel central na cognição social e no processo de elaboração de uma rápida e eficaz tomada de decisão. Através do recurso da memória e da linguagem, a consciência do jornalista consegue perceber o novo conhecimento fornecendo suporte e estrutura para a elaboração de uma narrativa:

Contar histórias, no sentido de registrar o que acontece na forma de mapas cerebrais, é provavelmente uma obsessão do cérebro e talvez tenha início relativamente cedo, no que concerne tanto ao processo evolutivo como à complexidade das estruturas neurais necessárias para criar narrativas. Contar histórias precede a linguagem, pois é, na verdade, uma condição para a linguagem. (DAMÁSIO, 2000, p. 243)

Como no sistema neurobiológico, a criação da “narrativa autoral” poderia ser considerada uma história imagética que valoriza as emoções, se nutre da memória ativada pela “curiosidade epistêmica” com embasamento do conhecimento perceptivo. Essa criação pode tornar-se mais complexa quanto mais compreensiva e ampla vier a ser a quantidade de emoções, memórias e

sentimentos vivenciados polissêmica e polifonicamente pelo “eu” jornalista-autor.

Contar histórias está na essência do “eu” jornalista-autor

Damásio (2010) destaca três patamares do “eu”: “o proto-eu, o eu nuclear e o eu autobiográfico”. O tronco cerebral é a casa do “proto-eu”, provavelmente presente em todos os animais, até insetos, indispensável para a manutenção e regulação da vida. O “eu nuclear” está conectado com a consciência nuclear e mantém ininterrupto o fluxo do aqui agora entre as imagens do interior e do exterior corpóreo. O “eu autobiográfico” dá vida à consciência autobiográfica ao identificar o próprio corpo, perceber e revelar a própria identidade, relembrar momentos vividos no passado e ser capaz de imaginar e projetar a vida no futuro. O “eu autobiográfico” ajuda a reconhecer o próprio rosto em uma imagem, permite analisar uma situação a partir do próprio ponto de vista, também habilita a ouvir a opinião dos outros, e ser responsável pelos próprios atos (GILLIHAN; FARAH, 2005). Acrescento ao exercício de consciência do “eu autobiográfico” do jornalista narrador-autor a capacidade de ouvir as vozes dos protagonistas sociais, bem como contextualizar histórico e culturalmente o acontecimento, substanciando de maneira complexa e criativa a escrita profissional e/ou acadêmica. (MEDINA, 1978)

Dois outros “eus” podem orientar o “eu autobiográfico”: o “eu racional” e o “eu emocional” (HANSON, 2012). Quando resolvo um problema, estou ativando as conexões neurais do “eu racional”. Por outro lado, as sensações somatossensoriais (tristeza, alegria, dor etc.) emanam do “eu emocional” (LEWIS e TODD, 2007). Ao acessar a página pessoal no Facebook, por exemplo, o internauta é convidado a escrever a frase do dia, onde a maioria em geral expressa o “eu emocional” e/ou o “eu racional”. A metodologia “leitura cultural”³ possibilita ao jornalista/pesquisador observar o fluxo da narrativa imagética dos hieróglifos aos *emoticons*, desde o “eu” humano ancestral na escuridão da caverna ao “eu” humano contemporâneo da *darkweb*.

Embora o neurologista austríaco Sigmund Freud (1856-1939), criador da psicanálise, também descreva os múltiplos “eus” que habitam em nós, é o estudo sobre a “interpretação dos sonhos” (1990) que oferece um paralelo com a teoria damasiana para explicar o insaciável desejo humano de contar histórias. Mesmo quando o corpo físico adormece, a mente segue ativa, criando mapas imagéticos sobre as experiências universais humanas:

A tarefa de produzir imagens nunca cessa enquanto estamos acordados e continua até mesmo durante parte do nosso sono, quando sonhamos. Poderíamos dizer que as imagens são a moeda corrente de nossa mente. As palavras que estou usando para que estas ideias cheguem até você são formadas primeiramente, embora brevemente e sem grande precisão, como imagens auditivas, visuais ou sômato-sensitivas de fonemas e morfemas, antes de elas serem implementadas na página em sua versão escrita. (DAMÁSIO, 2000, p. 404)

Damásio considera que a partir do momento em que a humanidade começou a atrelar as “necessidades biológicas individuais à sapiência acumulada” o “eu autobiográfico” passou a operar

³ No contexto da experiência do mundo vivo – verdadeiro cenário do repórter e do pesquisador – a coleta de depoimentos, a leitura cultural, a busca de informações históricas e específicas da atualidade, em muito ultrapassa os limites da entrevista.” (MEDINA, 2008, p. 95, com grifo nosso)

com base naquele conhecimento que estava gravado nos “circuitos cerebrais” e nos “registros externos”: pedra, argila, madeira e, hoje, papel, pele, corpo, jornal, rádio, televisão, internet, enfim. Foram as primeiras narrativas dos “eus autobiográficos” feitas em registros externos que acenderam a fagulha comunicacional para transmissão do saber humano de forma compreensível e persuasiva. A estreia da oratura⁴ pode ter sido o assobio imitativo do canto de um pássaro, emitido por um pai feliz com o nascimento do filho ou a transmissão de um saber popular através do batuque forte na própria caixa torácica transformada em tambor, como a mídia cinematográfica celebrizou na figura do Tarzan.

O brilho do Sol, a zoada dos bichos, o cheiro de mato esquentou o corpo, descongelou a consciência e fez brotar no coração a semente da oratura, decantada em saber local e patrimônio cultural imaterial. O “impulso homeostático” ou “a homeostase sociocultural é moldada pelo funcionamento de muitas mentes” e gera movimentos culturais que ajudam no desenvolvimento da sociedade organizada que, por sua vez, pode contribuir para a ocorrência de modificações no genoma humano, porque segundo Damásio (2010) “[...] a biologia e a cultura são completamente interativas.” É possível refletir que as modificações provocadas pela introdução de novas técnicas nas redações jornalísticas estão a transformar a prática social e também estão a provocar mudanças no comportamento sociocultural dos jornalistas e dos telespectadores. Esta transformação avança também para o próprio conceito de jornalismo, porque hoje é possível comprar apenas a notícia que se quer ler, nova ou antiga, sem precisar levar para casa todo o jornal impresso ou adquirir um pacote avulso com áudio, vídeo e texto sobre um determinado evento. A notícia nos portais das emissoras de TV é oferecida em conta-gotas, e a cada dose homeopática o internauta é inquirido se deseja continuar a leitura, ver a videorreportagem ou seguir para outro produto, e geralmente é “obrigado” a fazer um cadastro, com ou sem custos, para receber no celular ou por e-mail outras notícias relacionadas com o tema de interesse ou outro qualquer.

Essas possibilidades ilustram o pensamento do filósofo alemão Jürgen Habermas sobre um jornalismo com fins econômicos e não culturais. Estamos passando pela “[...] primeira revolução midiática que serve antes de tudo a fins econômicos, e não culturais [...]”, considera Habermas prestes, que completou 90 noventa anos em 18 de junho de 2019. A conversa com o jornalista Borja Hermoso⁵, do *El País*, aconteceu em maio de 2018, na casa do filósofo, na Baviera alemã, perto do lago de Starnberg, onde o sobrevivente da Escola de Frankfurt continua estudando as questões essenciais da contemporaneidade e adverte: “Desde a invenção do livro impresso, foi preciso passar séculos até que toda a população aprendesse a ler. A Internet, que nos transforma todos em autores potenciais, não tem mais do que duas décadas.” A questão da autoria desenfreada, talvez sugerindo uma escrita superficial generalizada,

⁴ A oratura surge como um termo com que se convencionou designar o repositório das formas textuais da tradição oral. Essa literatura oral é recebida como resultado do labor estético, ainda que anônimo, não se descurando a dimensão ideológica desta produção que é, também, a transmissão de valores (TINE, 1985, p. 299-300 apud SANSONE; FURTADO, 2014, p. 300).

⁵ Esta entrevista contou com a colaboração do professor e escritor espanhol Daniel Innerarity.

principalmente por causa das postagens nas redes sociais, remete ao debate – antigo – sobre a superficialidade da cobertura jornalística pela TV, destacada por estudiosos como o historiador francês René Remond (1918—2007), que considera o jornalismo “superficial”, porque apenas arranha o real.

Da impessoalidade informativa à semostraçāo⁶ coletiva

Na contemporaneidade, ao ser convocado pelo “eu” do telejornal para contribuir com a experiência cotidiana, o “eu” da audiência individualiza o acontecimento a partir da própria ambiência sociocultural. Essa nova “lógica de produção” audiovisual, ao estabelecer a “mediação” com o novo “formato industrial” (digital, algorítmico etc.) no contexto da comunicação, cultura e poder, foi definida por Martín-Barbero (2006) pela noção da “tecnicidade”, não como técnica, e sim como linguagem. O código numérico, signo de domínio da natureza, passa a ser mediador da produção simbólica e transmuta-se em mediador universal de conhecimento (e de funcionamento):

Estamos diante da emergência de uma *nova figura da razão* que exige pensar a imagem, por um lado, desde sua nova configuração sociotécnica [...] e, por outro, a emergência de um novo paradigma do pensamento, que refaz as relações entre a ordem do discursivo (lógica) e a do visível (a forma), da inteligibilidade e a sensibilidade. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 73, grifo do autor)

Assim, o “eu” da audiência, cada vez mais sufocado pela avalanche de razão técnica e sem o apoio de um “referente legítimo”, num ato de semostraçāo mediática, infiltra-se nos *pixels* do novo formato industrial da cobertura jornalística. Assim, o clarão egocêntrico parece aumentar a escuridão individual e dissipar o coletivo iluminado ao redor. “Os objetos afastados não são mesmo maiores do que ensina a perspectiva, a Lua no horizonte não é maior que a moeda que tenho perto de mim [...],” pondera Merleau-Ponty (1975, p. 65) em seu livro **A prosa do mundo**. Ele sugere a coabitāção em um mesmo plano para que se possa arbitrar o conflito da visão rivalizadora que impede o olhar comprehensivo contextualizado. “Enquanto as coisas disputavam meu olhar, e ancorado numa delas, eu sentia a solicitação que as outras endereçavam ao meu olhar e que as fazia coexistir com a primeira.” (MERLEAU-PONTY, 1975, p. 66)

Diante das interrogantes e incertitudes que permeiam o horizonte do processo de produção simbólica jornalística televisual na contemporaneidade, a “série jornalística televisual” parece oportunizar a parceria entre a “curiosidade epistêmica” do profissional jornalista, com a necessidade crescente de uma parcela senciente da audiência disposta ao exercício do debate reflexivo oferecido pelas narrativas autorais contemporâneas, capazes de revelar as nuances polifônicas e polissêmicas do caos natural da vida cotidiana.

A dinâmica da serialização jornalística televisual

O terceiro ponto do estudo a ser destacado neste artigo é a “série jornalística televisual”, que

⁶ Utilizo a palavra “semostrar” no lugar de selfie. “Tristão estava mas preocupado em mostrar que tudo que fazíamos, pelo menos um individuo já fizera na Europa, como se isso tivesse algum interesse mais que duma parada falsa, não de erudição, mas de semostraçāo informativa” — Mário de Andrade.

apresenta uma mudança de paradigma do “immediatismo” do telejornal, uma das “chaves míticas elementares da notícia na TV” (BIGNELL, 2002, p. 112). O conotativo “immediatismo” está presente no signo “ao vivo”, que é inserido na tela acima da logomarca da emissora, sempre que o repórter dirige-se à audiência, posicionado fora da emissora, em um local onde acontece um evento que é notícia. Ao executar a operação “immediatismo”, o repórter que se apresenta “ao vivo”, direto do local de um acontecimento, precisa manter o significado mítico “autoridade” do telejornal, e para isso precisa manter permanente contato com a direção do telejornal que se encontra no *switcher*⁷ da emissora, cumprindo um roteirometiculosamente planejado, em geral com um texto decorado e/ou conversa antecipadamente combinada com um entrevistado/especialista/testemunha do fato, que vai atualizar as informações. Para finalizar a entrada “ao vivo”, o repórter poderá solicitar a exibição de um *vt* editado na emissora, com áudio e vídeo pré-gravados. No caso de perda do sinal de transmissão do *link*, o âncora na bancada do estúdio recupera o controle do telejornal e estabiliza o conflito entre a conotação de “immediatismo” e a conotação de “ordem e autoridade”. Na ausência de um repórter externo, um sintagma falado linguístico é executado pelo âncora que apresenta um link “ao vivo”, por exemplo, com o áudio e vídeo de um discurso que acontece no Senado ou de um julgamento no Supremo Tribunal Federal. A câmera poderá focalizar um brasão como conotativo da “autoridade”. A emblemática estátua de Themis sentada, desprovida de balança e com a espada a repousar sobre o colo, feita pelo artista mineiro Alfredo Ceschiatti em 1961, posicionada em frente ao Supremo Tribunal Federal, é um signo metonímico que representa a justiça, conotando as relações jurídicas do Brasil. Os signos aurais denotam o relógio e o globo terrestre. O relógio colocado na tela durante a transmissão dos telejornais imprime a conotação do “immediatismo” e, no caso do Jornal Nacional, a posição da bancada no centro do globo terrestre conota a cobertura noticiosa do mundo e de “ordem e autoridade”.

A *serialidade* emergiu no século XIX e dominou grande parte da cultura, através dos romances serializados, séries de filmes, fotonovelas, radionovelas, telenovelas etc., tema de estudos há décadas em várias universidades nacionais e internacionais. O Prof. Dr. Arlindo Machado, da Universidade de São Paulo, considera que a narrativa ficcional seriada é uma forma “[...] dramatúrgica baseada na dinâmica da relação entre os elementos invariantes e variáveis da narrativa.” As variações podem ocorrer “[...] em torno de um eixo temático, aquelas baseadas na metamorfose dos elementos narrativos e aquelas estruturadas na forma de um entrelaçamento de situações” (MACHADO, 1999, s/p.) Hoje, o formato seriado vem conquistando o público de diversas faixas etárias tanto na TV aberta quanto na TV por assinatura e nas plataformas VOD⁸. A premiada rede de televisão do Brasil, Globo, internacionalmente reconhecida pela qualidade de suas produções narrativas seriadas ficcionais, é incentivadora da pesquisa acadêmica sobre a ficção seriada, através da Globo Universidade e do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL).

No jornalismo diário, a série como prática derivou dos programas jornalísticos semanais, onde

⁷ O switcher master (mesa de controle mestre) é o coração da emissora de TV, porque é nessa mesa de operações que o diretor de TV seleciona o sinal de vídeo que será transmitido para o telespectador.

⁸ Video on demand.

os documentários e as reportagens investigativas mais longas têm espaço garantido, como Globo Repórter, Câmera Record, entre outros, formatações importadas da Europa e Estados Unidos, como Watchdog (BBC, Reino Unido), Sixty Minutes (CBS, EUA), Dateline (NBC, EUA) etc. O telejornal normalmente é composto por reportagens sobre os acontecimentos diários, geralmente com edições de até dois minutos (passagens do repórter, narrações descriptivas sobre as imagens captadas durante a visita ao local do acontecimento – *off* gravado pelo repórter, entrevistas – sonoras com testemunhas e fontes). Eventualmente, a reportagem pode apresentar um gráfico ilustrativo com dados estatísticos sobre o assunto tratado. No caso da serialidade jornalística, a duração de cada capítulo/reportagem é maior, e normalmente a cada etapa do desenvolvimento do tema o telespectador poderá conhecer uma nova localidade do Brasil ou de outros países.

Apesar da sucessão de capítulos diários, a serialidade jornalística na TV não pressupõe continuidade narrativa, apenas do tema principal, pois em geral o sintagma televisual revela uma edição descontínua e fragmentada. No caso das séries ficcionais, os episódios começam quase sempre com uma retrospectiva dos capítulos anteriores e, no final de cada capítulo, os editores buscam deixar uma ação em suspenso, é o gancho que mantém a audiência interessada na narrativa. No caso do telejornal, a audiência é atraída por: a) escalada, em geral, com 30 segundos, pré-editada com as imagens das principais reportagens do dia, entremeando-se com *close* do âncora a informar brevemente os destaques daquela edição; e b) vinheta de passagem, inserida no final de cada bloco, antes da veiculação dos vídeos comerciais, após o convite feito pelo âncora para que o telespectador continue acompanhando as reportagens que serão apresentadas na sequência do telejornal. Enquanto a escalada não recorre ao uso de legendagem, a vinheta de passagem sempre utiliza uma ou duas palavras para tentar atrair a atenção da audiência. No caso da série jornalística, o recurso para atualização dos capítulos anteriormente exibidos é feito pelo âncora na bancada do telejornal, através de uma breve explicação do que foi reportado e convidando o telespectador a conhecer mais sobre o assunto. Eventualmente, o jornalista que apresenta a reportagem também poderá fazer uma interlocução com o âncora, ao vivo, direto do local onde foram gravadas as entrevistas e as imagens da reportagem.

Mitos são elementos estabilizadores da narrativa jornalística televisual

A análise das peças (séries jornalísticas)⁹ possibilitou identificar possíveis pistas para compreender a evolução do discurso jornalístico televisual através dos significados míticos e ideológicos presentes nas videorreportagens. Essas aproximações mixadas dos signos visual e linguístico, das imagens em movimento, música, e gráficos (textos e legendas), bem como os mitos veiculados pelas narrativas jornalísticas televisuais, atuam como elementos estabilizadores, porque permitem apresentar aos telespectadores, de uma maneira conhecida, alguns elementos imprevisíveis da realidade.

As narrativas socioculturais tomam emprestado sua autoridade de seres míticos, que se presume tenham mais poder e sabedoria que os humanos, seres cuja

⁹ Por uma questão de espaço não foi possível análises reflexivas cada peça do corpus empírico. Em 2018, publiquei um artigo disponível em: <http://bit.ly/2GfiSpV>, sobre As crianças e a tortura (junho, 2013), de Luiz Azenha, exibida pelo Jornal da Record.

existência explicava todos os tipos de situações, e cuja atividade tinha a capacidade de oferecer socorro e modificar o futuro. (DAMÁSIO, 2010, p. 438)

Para o estudioso Jonathan Bignell (2002), a predominância de imagens é a essência da narrativa jornalística televisual e faz com que o signo icônico visual tenha um efeito significante no valor da notícia; a construção sintagmática televisual é montada como um sintagma linguístico. Ao desenvolver o processo de edição da notícia, o jornalista trabalha com enquadramento, foco, realização, abertura e o fechamento, delimitando o espaço da narrativa no tempo do telejornal, oferecendo conotações míticas para os acontecimentos noticiosos. Os mitos são elementos estabilizadores da narrativa jornalística televisual porque apresentam aos telespectadores, de uma maneira conhecida, os elementos imprevisíveis da realidade. Através do mito, o humano busca representar certos momentos, alegres ou tristes, da vivência cotidiana, representando narrativamente as passagens das experiências universais compartilhadas glocalmente, na ambiência caótica das relações humanas.

Trabalhar com análise de processos televisuais exige abstração imaginária para descrever aquilo que o olho vê, o somatossensorial sente e a consciência descreve como narrativa. Cada telespectador vê e interpreta a videorreportagem a partir da própria memória arquivada em bibliotecas visuais, textuais, auditivas, sensitivas, intuitivas, lógico-analíticas, enfim. Cada vez que o humano estimula as conexões neuronais e procura adequar a lógica da estrutura corporal no sentido de dominar uma nova técnica, em geral é porque ela já estava inserida economicamente na sociedade e precisa ser testada e, bem depois, a prática revela-se aos poucos na cultura.

Referências

- ANDRADE, Mário de. Café. [romance inédito]. In: FIGUEIREDO, Tatiana M.L.S.N. **Café o trajeto da criação de um romance inacabado**. Tese (Doutorado em Literatura Brasileira) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- BIGNELL, J. **Media Semiotics**. An introduction. Manchester, UK: Manchester University Press, 2002.
- BOURDIEU, P. Os três estados do capital cultural. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (org.) **Escritores de Educação**. Petrópolis: Vozes, 2001. pp.73-79.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas, poderes oblíquos**. São Paulo: EDUSP, 1997.
- CROCOMO, F.; LAGE, N. O uso da edição não-linear digital no telejornalismo diário de uma emissora de tv e as novas rotinas de produção. In: **Anais Intercom**, MS, 2001.
- CUNHA, S. Regina S.; MEDINA, C. A curiosidade epistêmica jornalística e a narrativa autoral. In: **Anais Intercom**, Curitiba, 2017.
- CUNHA, S. Regina S. As crianças e a tortura: reflexões epistemológicas sobre o jornalismo televisual. In: **Anais SBPJOR**, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2GfiSpV>. Acesso em: 20 jan. 2019.
- _____. A obsolescência tecnológica e o DNA como arquivo digital eterno. In: **Anais Abciber**, São

- Paulo, FAPCOM, 2019.
- DAMÁSIO, A. **O mistério da consciência**: do corpo e das emoções ao conhecimento de si. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.
- _____. **O livro da consciência**. A construção do cérebro consciente. Porto: Bloco Gráfico, Unidade Industrial da Maia, Círculo Leitores, 2010.
- GILLIHAN, S, FARAH, M. Is self special? A critical review of evidence from experimental psychology and cognitive neuroscience. In: **Psychological Bulletin**, 131, 2005. (p.76-97).
- HABERMAS, J. Não pode haver intelectuais se não há leitores. In: **El País**, Entrevista com Jürgen Habermas, por Borja Hermoso, 06/05/2018.
- HANSON, Rick. **O cérebro de Buda**: neurociência prática para a felicidade. São Paulo: Editora Alaúde, 2012.
- LEANDRO, Paulo Roberto. Telejornalismo, produto de exportação? In: MEDINA, Cremilda (org.). **O Jornalismo na Nova República**. São Paulo: Summus. 1987.
- LEWIS, M.D., TODD, R.M. The self-regulating brain: Cortical-subcortical feedback and the development of intelligent action. In: **Cognitive Development**, 22, 2007. (p.406-430).
- MACHADO, Arlindo. A Narrativa Seriada: categorias e modalidades. In: **Anais Intercom**, Rio de Janeiro, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Oficio de cartógrafo**. Travesías latinoamericanas de la comunicación em la cultura. Chile: FCE, 2002.
- MEDINA, Cremilda. **Notícia um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. SP: Alfa-Ômega, 1978.
- _____. **Ciência e Jornalismo**. Da herança positivista ao diálogo dos afetos. São Paulo: Summus, 2008.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **A prosa do mundo**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1974.
- PICCININ, F.; PUHL, P. Telejornalismo, novas tecnologias e convergência: um estudo sobre o ensino no RS. In: **Anais SBPJor**, 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. BSB: Universidade de Brasília, 2013.
- REMOND, René. **Uma história presente**. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2003.
- SANSONE, L.; FURTADO, C.A. (org.). Verbete – Literatura e Sociedade. In: **Dicionário crítico das ciências sociais dos países de fala oficial portuguesa**. Salvador: EDUFBA, 2014.
- SCHAEFER, R. J. A time series analysis of network news editing strategies from 1969 thru 2005. In: **Proceedings of AEJMC**. San Francisco, EUA, 2006.
- SWYNGEDOUW, E. Neither global nor local: glocalization and the politics of scale. In: COX, K. (ed.). **Spaces of globalization**. New York, Guilford Press, 1997.

A Crítica de telenovela como operação de circulação de sentidos

Mariana Lima

Doutoranda em Ciências da Comunicação ECA – USP, orientanda da Profª Drª Maria Immacolata Vassallo de Lopes, da linha de pesquisa Epistemologia, Teoria e Pesquisa em Comunicação. Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN/ECA-USP) e do Observatório Ibero-americano da Ficção Televisiva (Obitel). E-mail: marit.mlima@gmail.com

Resumo: A pesquisa pretende trabalhar com as discussões teóricas e empíricas que permeiam a crítica de telenovela brasileira. Interpela-se como se configura essa crítica de ficção televisiva contemporânea, realizada em sites e blogs, e como ela trabalha os discursos das e sobre as telenovelas ao explicitar as operações de circulação de sentidos. Logo, essa crítica mostra-se como expositor e articulador de temas e discussões dos públicos por meio dos termômetros das redes sociais e dos dados da audiência.

Palavras-chave: Crítica. Telenovela. Sentido. Críticos. Televisão.

Introdução

Nesta pesquisa doutoral, a pergunta que nos move é entender como se configura a crítica de telenovela veiculada no ambiente digital. Nossa objetivo principal é abranger a função dessa crítica de telenovela contemporânea difundida em sites e blogs, compreendendo suas características no cenário brasileiro e sua circulação de sentidos. Assim, percebemos a circulação da telenovela em diferentes ambientes como um emaranhado de forças que levam à construção de sentidos e às reconfigurações do campo discursivo. Logo, o universo de circulação de sentidos da telenovela se divide em: a) o ambiente familiar, a casa; b) o ambiente de trabalho; c) mídias impressas – jornais e revistas; d) a crítica de telenovela; e) as discussões em redes sociais.

Dessa forma, a escolha da crítica de telenovela como objeto desta pesquisa se deve por ser um dos circuitos mais notáveis de circulação de sentidos. Como formadores de opinião - e devido ao crescimento dos jornalistas críticos —, percebemos uma complexa interligação entre o que se fala sobre telenovelas no âmbito popular (casa, trabalho, redes sociais) com o que é discutido nas críticas, isto é, as análises se mostram como uma mediadora do falar empírico.

Para os objetivos deste trabalho, a técnica de coleta de dados empíricos consistirá em entrevistas com os críticos jornalistas. Os dados primários serão compostos pelos artigos das críticas

sobre telenovelas. O universo de observação serão as críticas realizadas pelos jornalistas das ficções pertencentes ao *prime time* da Rede Globo, entre os anos de 2012 e 2018. A faixa horária escolhida se deve pela relevância discursiva e de pertencerem ao horário nobre da televisão.

Por meio das leituras e o acompanhamento das críticas veiculadas, percebe-se a diversificação dos lugares onde a crítica é feita, ainda existente no meio analógico em periódicos, porém cada vez mais difundidas nos meios digitais. Observamos análises de abordagem crítica de caráter estético, na qual discussões acerca do cenário, roteiro e interpretações são mais evidentes. Além da pauta de valores, em que emergem os elementos políticos e uma demanda para questões sociais apresentadas nas ficções. Em síntese, uma crítica que incide e dialoga com questões da sociedade.

A crítica: primeiros aportes

A crítica é em si a atividade que se adota para designar critérios de apreciação e de análise acerca de um determinado produto. Também consta como uma avaliação com o propósito de dotar um valor e até mesmo legitimar uma obra. Tendo isso em vista, a crítica é uma modalidade já bastante utilizada pela literatura, cinema e outras artes; todavia, no caso estrito da televisão, ela ainda se configura como incipiente, dando passos lentos para o que seria uma tradição da crítica de televisão.

Em vista dessa dificuldade primordial, adentramos então nas especificidades das análises relativas à telenovela, produto midiático popular, que no território brasileiro alcança novos moldes e paradigmas. Nesta tese, a crítica será explanada não somente em sua forma ou em seus parâmetros de apreciação de determinada obra televisiva ficcional, mas como uma mediação da telenovela no país, no sentido em que “[...] a telenovela é tão vista quanto falada [...]” (LOPES, 2009, p. 9) e no conceito de *semiose social* de Eliseo Véron (1980).

Junto a essa primeira consideração, temos em conta a afirmação de Silva e Soares (2013, p. 1) como “[...] a frágil reflexão acadêmica sobre teorias e procedimentos de crítica de mídias no Brasil [...]”, que ao longo dos anos, apesar de esporádicas, vão aumentando de volume. A esse diagnóstico podemos acrescentar que os estudos acerca da crítica de televisão crescem especialmente com essa crítica sendo realizada no âmbito digital.

Falar de televisão e telenovela é algo bastante natural no contexto brasileiro e os circuitos de discussões ao qual a telenovela é submetida são variados. E a crítica entendida como especializada já se encontra prescrita em outras produções culturais como o cinema e o teatro. O imediatismo da televisão aberta faz com que ela seja facilmente apreendida, contudo, tomar sua análise como algo simples e corriqueiro é rechaçado por Cintra Torres em **Ler a televisão**: o exercício da crítica contra os lugares comuns (1998). Ele afirma que a crítica de televisão não deve complicar o que já se considera simples, mas sim “[...] tornar simples o que é efetivamente um elaborado produto com uma construção própria, com códigos de leitura próprios, com uma narrativa própria, e com fortes condicionantes de realização nas audiências e nos agentes econômicos e políticos que envolvem e agem na e a partir da televisão.” (1998, p. 8) Segundo o autor, quem analisa a televisão está, inicialmente, lendo-a. Consequentemente, as lentes para tal exercício devem

ser ajustadas de acordo com as características de um programa. “Criticar é apreciar, analisar e compreender [...].” (1998, p. 9) Por isso, a crítica deveria fugir do lugar-comum, espaço que não permite ao telespectador subsidiar ideias e conhecimentos sobre a obra analisada.

A apresentação de um novo olhar sobre o que está sendo visto é uma das características básicas da crítica. Sendo assim, o crítico tenta intercambiar uma relação com seu leitor abstrato e com a ficção que está em exibição. Barthes (2007) afirma que a crítica é uma linguagem sobre a linguagem, portanto uma metalinguagem. O objeto de uma obra, seja ela literária ou televisiva, é constituída pelo mundo; o da crítica se configura como o objeto secundário que advém desse mundo, logo a crítica é um discurso que existe amparado em um primeiro discurso.

Isso é para dizer que, mesmo se o crítico, por função, fala da linguagem dos outros a ponto de querer aparentemente (e por vezes abusivamente) concluir-la, assim como o escritor, o crítico nunca tem a *última palavra*. Ainda mais, é esse mutismo final, que forma sua condição comum, que desvenda a identidade verdadeira do crítico: o crítico é um escritor. Essa é uma pretensão de ser, não de valor; o crítico não pede que lhe concedam uma “visão” ou um “estilo”, mas somente que lhe reconheçam o direito a uma certa fala, que é a fala indireta (BARTHES, 2007, p. 14).

A crítica de ficção televisiva no Brasil

O advento da crítica de telenovela no Brasil se deu nos jornais impressos na década de 1960, nos cadernos de cultura dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo. A partir desse fato, e levando em conta o contexto histórico do Brasil, Magno (2017) ressalta o papel das críticas no desenvolvimento de discussões históricas entre as décadas de 1960 e 1970:

Se a partir dos anos 1963/64 a telenovela se tornou um lugar possível para mostrar e discutir questões e problemas suscitados no contexto de uma época em geral e do Brasil em particular, nos anos 1970, a telenovela ganhou contornos inesperados e ricos em textos, imagens, sujeitos e temários, além do alto padrão tecnológico. Particularmente, a intensa produção dos anos 1970 e a profundidade das temáticas sociais e políticas que enredavam as telenovelas fez o Estado, que naqueles anos se apresentava como sujeito único e condutor máximo do processo histórico, voltar os olhos para essa produção e a censura se tornou uma das personagens constantes em muitos momentos das telenovelas brasileiras. (MAGNO, 2017, p. 2)

O advento das telenovelas no Brasil encontrou grande impulso com o regime militar, na constituição do mercado cultural do país (LOPES, 2014). Nesse processo socioeconômico e industrial, o Estado era o grande organizador da cultura. E, apesar desse “impulso” dado pelos militares, a televisão não ficou de fora da censura, que levava os autores de telenovelas a grandes discussões acerca do que seria cortado em seus roteiros.

Nos anos de 1970, a telenovela atinge uma espécie de evolução, com o melhoramento das imagens e dos textos no desenvolvimento das tramas (MAGNO, 2017; HAMBURGUER, 2014). Nesse período, as histórias passam a mostrar temas mais políticos, constatando as transformações na estrutura social do país. Esses novos contornos das ficções incidiam nas críticas, tendo em vista que um dos fatores levantados pelos críticos era a inserção dos aspectos sociais na trama, o que hoje se observa.

Ainda explica Magno (2017, p. 18):

Naqueles anos 1960/70 esses críticos debatiam e defendiam a necessidade de entendermos o significado da telenovela como um autêntico produto nacional e que ela deveria ser usada “como um veículo de cultura e informação”, que deveria ser “bem-feita, bem urdida, sem perder suas qualidades de comunicação”. Consideravam que o papel do crítico de televisão não era o de combater a telenovela, mas, como escreveu Helena Silveira, “contribuir para que essa forma de ficção no vídeo melhore sempre mais, no sentido de sua fatura. Que cada vez mais profissionais cuidem dela, quer na produção, quer na direção, no roteiro, no cenário, nas trilhas musicais acolhida, basta olharmos tudo que foi e vem sendo feito desde lá.”

No transcurso de interpretação de todo processo da telenovela, o crítico de ficção deve apontar, analisar e comentar questões em suas análises. Para isso deve conhecer a fundo o funcionamento televisivo, com suas particularidades técnicas e estáticas. Destacamos que um dos maiores entraves de se fazer uma análise sobre determinado programa televisivo está justamente no tempo de reflexão. Não há um afastamento temporal que permita, nesse caso, uma reflexão do todo da obra. As ficções são transmitidas de segunda a sábado, com um volume final de mais de 150 capítulos, o que torna difícil abordá-las diariamente e sistematizar o andamento da narrativa levando em conta suas principais características. Dessa forma, o desafio para o crítico está em acompanhar essas particularidades da telenovela, sem, claro, perder de vista seus elementos narrativos e suas tematizações.

Antonio Candido advoga para a importância dos fatores sociais nas análises de uma obra. Comenta que os elementos sociais estão entre os muitos elementos que pautam uma crítica, porém sem se tornar em modelo clássico de se fazer uma análise. É sabido que questões sociais incidem em uma obra, cabe ao crítico discernimento para tratar do assunto de maneira que abarque tanto os aspectos estilísticos quanto aspectos culturais. “Uma crítica que se queira integral deixará de ser unilateralmente sociológica, psicológica ou linguística, para utilizar livremente os elementos capazes de conduzirem a uma interpretação coerente.” (CANDIDO, 1973, p. 7)

Fundamentação teórica

Martín-Barbero (2015) exemplifica a realidade de um pensamento latino-americano de comunicação, uma forma própria de pensar esse território, crítico da dependência intelectual. Seu trabalho recai fundamentalmente nas relações constitutivas da comunicação com a cultura e a política. Sua teoria da comunicação enfatiza a emergência de uma *razão comunicacional*, destacando como os dispositivos comunicacionais são objetos centrais do processo de fragmentação, do fluxo que globaliza, da conexão que hibridiza e como eles trabalham pelo *de vir* da sociedade. Com isso, o autor nos leva a pensar no lugar estratégico que a comunicação ocupa nos novos modelos de sociedade, como também seus vínculos com a tecnologia e seus desdobramentos.

Tendo em mãos os mapas das mediações, operacionalizaremos a pesquisa por meio dos eixos horizontais e verticais, focando em entender onde estão os críticos nesses processos comunicacionais e políticos que se entremeiam nos mapas. Dessa forma, entendemos essas mediações como um sistema aberto, que se entrecruzam e se relacionam, tendo como mediação

central a tecnicidade, a temporalidade, as narrativas e a espacialidade. Através desse trabalho cartográfico, visualizamos que a televisão, telenovela e críticos produzem constantes e múltiplos agenciamentos, ramificando e conectando-se à tríade central comunicação, cultura e política.

Dentro do mesmo paradigma latino-americano, Lopes (2009) propõe o conceito de *narrativa da nação*, bem como outro que o complementa, o de *recurso comunicativo da telenovela*. No dizer de Lopes (2009), investigar a telenovela exige pensar o meio televisão com base em processos que envolvem a cotidianidade (usos, consumo, práticas), associados à especificidade dos dispositivos tecnológicos e dos gêneros ficcionais. Desse modo, essas mediações passam a ser entendidas como um processo que configura e reconfigura o público com os meios e, dessa interação, é possível estabelecer alguns princípios metodológicos com os quais é plausível renovar a compreensão do processo de recepção.

Verón (1980, 1987) se insere em nosso quadro teórico através da noção de *semiose social*, e se constitui em autor-chave para entendermos os processos discursivos que vão além da transmissão da telenovela. Nesse sentido, percebemos que as ficções, ao serem transmitidas, constroem atos de ressignificação que alcançam ambientes de discursividade, adentrando nos cenários da subjetividade e do cotidiano. Sua importância recai na explicação desses discursos sociais, em que se destaca a noção de sentido trabalhada através de teorias da discursividade.

No dizer de Verón (1980; 1987), a noção de sentido está ligada às mensagens, em outras palavras, uma propriedade unida a elementos que podem ser visualizados. Desse modo, a produção de sentidos “[...] remete a certas operações realizadas por emissores e receptores, que podem ser reconstruídas a partir das próprias mensagens, e expressas num modelo.” (p.12) Ele denomina essas operações condições de produção e condições de reconhecimento do sentido posto. Com isso, a televisão é vista como um dispositivo produtor de sentidos.

Método

Temos firmado teoricamente que a crítica de telenovela é uma das mediações centrais entre a produção e a recepção das ficções, além de ser um campo discursivo que permite à telenovela ir além de sua transmissão. Elas acompanham o ritmo das tramas e apresentam ao público argumentos e análises que determinado jornalista atribui a uma obra. Logo, nossa leitura das críticas foi feita de maneira constante, tendo em vista a facilidade de seu acompanhamento, via celular e/ou computador, o que vai de acordo com a proposta metodológica apresentada.

A técnica de coleta de dados empíricos consistirá em entrevistas com os críticos jornalistas. Os dados primários serão compostos pelos artigos das críticas sobre telenovelas e por dados estatísticos concernentes à temática. O universo de observação serão as críticas realizadas pelos jornalistas das telenovelas pertencentes ao *prime time* da TV Globo, entre os anos de 2012 e 2018. Desse período selecionaremos cinco telenovelas de maior audiência¹, para então fazermos a análise.

A faixa horária escolhida se deve pela relevância discursiva e de estar em pleno *horário nobre*

¹ Dados confirmados pelo monitoramento anual realizado pelo OBTEL e disponíveis em obitel.net.

da televisão. Quanto à emissora selecionada, as telenovelas da TV Globo são as que mais se destacam em termos de discursividade, além de serem as que conseguem as maiores audiências da televisão no país². Já o recorte temporal é devido ao tempo de atuação dos críticos eleitos no meio digital, sendo que em 2012 todos atuavam em suas páginas *online*.

A seleção para a abordagem qualitativa compreenderá quatro profissionais que escrevem crítica de telenovela: (1) Maurício Stycer (Blog do Mauricio Stycer – UOL – formato blog); (2) Nilson Xavier (Blog do Nilson Xavier – UOL - formato blog); (3) Patrícia Kogut (Patrícia Kogut - O Globo; edição digital- formato site); e (4) Cristina Padiglione (TelePadi – Folha de S. Paulo; edição digital – formato site).

Esses críticos selecionados se destacam pela sua relevância nos escritos sobre o tema, pelo tempo de trabalho na mesma atividade ou ofício de crítico e por fazerem críticas em páginas *online* (em formatos site ou blog), o que propicia uma dinâmica maior na circulação de seus conteúdos e a facilidade de reunir e analisar os artigos dispostos em arquivos e pastas. Portanto, os critérios de seleção da amostra dos críticos são biografia profissional especializada, levando em consideração suas trajetórias com a escrita sobre televisão; verificação e análise dos *posts* a serem trabalhados, levando em consideração o panorama televisivo.

A análise de conteúdo incidirá sobre um *corpus* constituído por *posts* produzidos pelos críticos sobre as ficções. Para isso, criamos uma ficha onde constam o nome da telenovela, a data, a autoria da crítica e o título da crítica. Esse levantamento permitiu a escolha das críticas sobre as quais faremos a análise de conteúdo, bem como a observação dos críticos quanto à constância da escrita, estilo, acompanhamento da ficção e outros elementos que podem emergir da análise proposta.

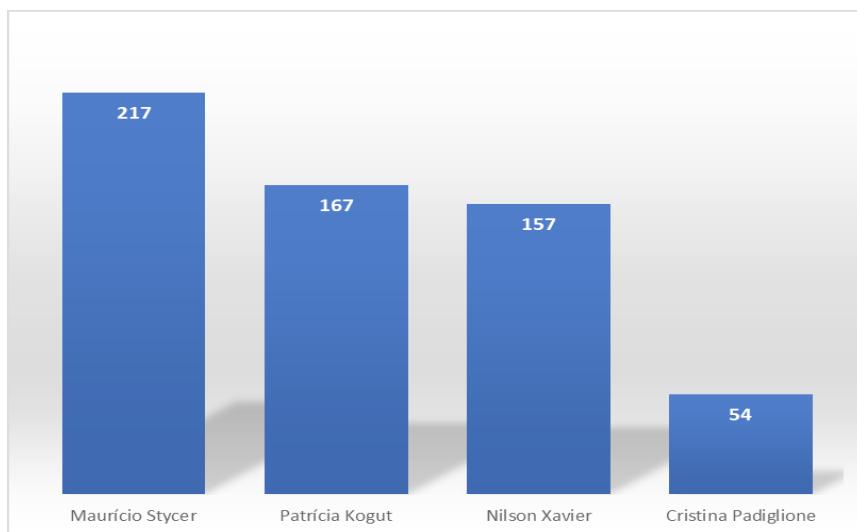
O levantamento foi realizado com cada crítico, sendo as críticas divididas por telenovela. Conforme Daniel Filho (2001, p. 179), a estrutura da telenovela é composta majoritariamente por quatro partes, a saber: o início, que se prolonga até o capítulo 30; em seguida parte para a primeira grande virada (*plot twists*), iniciada no capítulo 50; passa então para a barriga, que se configura pela repetição de certos assuntos, uma estagnação na trama; logo segue para a segunda virada, no capítulo 110; e posteriormente segue para seu fim a partir do capítulo 130.

Levando em consideração essa estrutura apresentada, iremos separá-las em três tomos: 1) as realizadas na primeira semana da telenovela, 2) as feitas no meio das tramas, 3) as feitas no momento da barriga e, por fim, (4) as realizadas ao fim da trama, isto é, as que ofertam um balanço geral de toda a obra. Isso permitirá a observação e análise de quais são os critérios utilizados na crítica de telenovela, bem como apreender as características compartilhadas entre eles.

Sintetizando, temos quatro críticos, cinco telenovelas selecionadas e quatro críticas para cada telenovela. Portanto, chegamos ao número total de 80 críticas para análise das telenovelas Avenida Brasil (2012), Salve Jorge (2012-2013), Amor à Vida (2013-2014), A Força do Querer (2017), e O Outro Lado do Paraíso (2017-2018). Logo, temos o levantamento do total de críticas realizadas pelos quatro críticos no período analisado:

² Dado confirmado pelo monitoramento feito anualmente pelo OBITEL.

Gráfico: Produtividade dos críticos entre 2012 e 2018



Fonte: Levantamento feito pela autora

O seguinte passo da pesquisa visa à entrevista com esses críticos para abordarmos seus conceitos e critérios adotados nas análises. O que podemos adiantar é que, como toda a obra, a telenovela não está descolada de seu contexto histórico, portanto sua crítica não pode se exercer sem a “experiência histórica” (NUNES, 2007). Tal como elucida Bucci (2004) de que a crítica não deve enumerar somente a estética, mas deve ser vista como um fato social, discutindo a cultura e seus sujeitos implicados.

Devido à particularidade do desenvolvimento da crítica de televisão, outra dificuldade se insurge: quem pode criticar? A sistematização da crítica reforça a necessidade de amplitude do debate em que ela está inserida. Quem são esses atores — no caso desta pesquisa, jornalistas — que escrevem o que delimitamos de crítica especializada? E quais fundamentos se inserem na apreciação de uma obra. A pungência da TV, em seus constantes mecanismos de transformação, tem nos mostrado que se debruçar sobre seus programas tem se revelado um desafio. De que TV estamos falando? De que públicos estamos discorrendo? São alguns dos questionamentos que temos que ter em perspectiva quando se fala em televisão e seus desdobramentos. Como também de que forma a telenovela opera essa circulação de agenciamentos passada ao público, destacando como um formato tão visto é tão pouco abordado.

Em síntese, as análises críticas realizadas por jornalistas encontraram um terreno fértil no meio digital. O que facilita a abrangência de suas análises e seu imediatismo, propício a compartilhamentos e discussões, não somente nos comentários como em redes sociais.

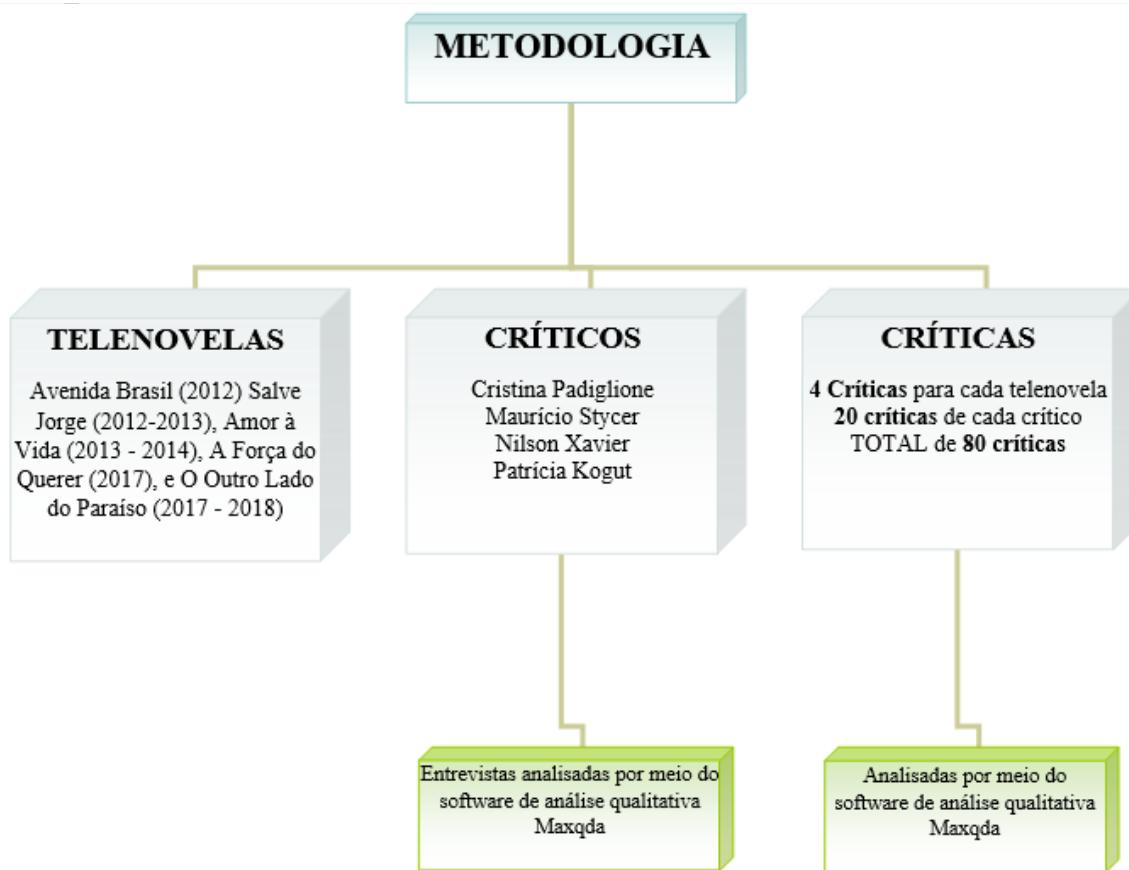
A entrevista a ser aplicada para os críticos selecionados abordam tópicos que se sobressaiam tanto nas leituras das críticas quanto nas leituras teóricas que visam entender a função da crítica. O primeiro ponto recai na relação desses críticos com as telenovelas, especialmente sua relação afetiva, tendo em vista que a experiência de assistência das ficções era feita em conjunto, no âmbito familiar. O segundo ponto corresponde aos critérios adotados em seus textos e como se efetuou essa análise; assim, analisaremos os aspectos internos e externos de uma

obra, tal como afirma Cândido (1973, p. 4):

Hoje sabemos que a integridade da obra não permite adotar nenhuma dessas visões desassociadas; e que só podemos entender fundindo texto e contexto numa interpretação dialeticamente íntegra, em que tanto o velho ponto de vista que explicava pelos fatores externos, quanto o outro, norteado pela convicção de que a estrutura é virtualmente independente, se combinam como momentos necessários do processo interpretativo. Sabemos ainda, que o externo (no caso, o social) importa, não como causa, nem como significado, mas como elemento que desempenha um certo papel na constituição da estrutura, tornando-se, portanto interno.

Percebemos que essa influência é uma via de mão dupla: o meio social influencia e é influenciado por uma obra. Em suma, a crítica deve levar em consideração os aspectos do público, da obra e do autor. Entrever a maneira como a sociedade entende essa obra e estabelecer os tópicos de valoração que serão incorporados nesta crítica e a relação com o público.

Organograma: Processo metodológico da pesquisa



Fonte: Realizado pela autora

Considerações finais

No caso da televisão, vemos que a crítica está ligada à construção de um campo de conhecimento, tendo em vista que ela incide e dialoga com questões da sociedade. Constitui-se como um texto que deve estar integrado com seu entorno, em um movimento que prevê a obra primária, a confecção da crítica e o seu reconhecimento.

Ao trabalharmos com o propósito de alcançar uma contribuição genuína ao campo da comunicação, ressaltamos que o enfoque central sobre a circulação da telenovela e sua crítica é uma abordagem complexa e articulada. De maneira geral, é premente a abertura da crítica para debates que transcendem determinada obra, assim, por esta característica, a crítica tem em sua mais básica das definições ser um texto que desvela, explica e interpreta um texto anterior. Na televisão, ela abarca os aspectos da produção, da obra e da recepção. Esses três níveis por si só são dotados de múltiplos aspectos que os caracterizam e os ligam. Desse modo, a crítica de telenovela é uma crítica-mediação, que trabalha os “[...] movimentos de julgamento e de interpretação [...]” (SOARES; SILVA, 2016) do discurso televisivo, no qual valores e repertórios são acionados.

No Brasil, desde a década de 1960, a televisão contava com análises periódicas de seus programas e de sua programação em formação; eram análises semanais em jornais impressos. Logo, o desafio, neste caso, está em entender essa crítica televisiva relativamente nova em meio a uma crítica de literatura, teatro e cinema bem fundamentadas. Fiske e Hartley (1978) reforçam como cada meio exige seu próprio modo de interpretação. No caso das análises acerca da televisão, elas devem se distanciar da crítica da literatura, tendo em vista que a mensagem televisiva é de caráter oral e não escrita.

Sabemos que o estudo da crítica de telenovela no Brasil é ainda um campo imaturo em termos de análise e procedimentos, o que nos leva à dificuldade de encontrar abordagens que permitam um referencial teórico acerca dessa problemática específica. Isso recai em nossa próxima dificuldade, que consiste na análise em si de críticos e seus textos; em outras palavras, são dificuldades epistemológicas que concernem à leitura-interpretação dessas críticas acerca das telenovelas.

A característica da telenovela, ao ser uma obra fragmentada em capítulos e transmitida em determinado vão temporal, permite também que sua crítica seja feita de maneira compassada, acompanhando a trajetória da ficção. O acompanhamento da trama é feito de forma extensiva e ritmada pela transmissão usual, na qual a telenovela é transmitida seis vezes por semana. A assiduidade das análises fica por conta do crítico, que pode optar fazê-las uma vez por semana ou após algum capítulo que considerar relevante. Em seguida, a falta de distanciamento da obra com a instantaneidade da televisão aberta em sua programação em palimpsesto. O todo da narrativa é somente apercebido após sua exibição, que dura em média mais de cinco meses. Entretanto, como a ficção televisiva é um texto ininterrupto na grade de programação brasileira, logo somos apresentados a uma nova trama, com diferentes personagens e novas perspectivas. Um texto inédito que irá requerer uma análise nova, mas que mal terminou de discorrer acerca do texto anterior.

Em síntese, a crítica de telenovela é um texto que corre contra o tempo, necessita ser rápido e certeiro. E esse pouco tempo de reflexão em muitos casos prejudica a qualidade da crítica, já que não deixa claro os requisitos de avaliação ou até mesmo oferece um contexto ao leitor.

Referências

- BARTHES, Roland. **Crítica e Verdade**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BUCCI, Eugênio. A crítica de televisão. In: BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. **Videologias**: ensaios sobre televisão. São Paulo: Boitempo, 2004. pp. 27-42.
- CÂNDIDO, Antonio. **Literatura e Sociedade**: estudos de teoria e história literária. 3 ed. São Paulo: Editora Nacional, 1973.
- FILHO, Daniel. **O Circo Eletrônico**: fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.
- FISKE, John; HARTLEY, John. **Reading Television**. London : Methuen, 1978.
- HAMBURGUER, Esther. A Ficção Televisiva e as Relações de Gênero. In: MICELI, Sergio; PONTES, Heloisa (orgs). **Cultura e Sociedade**: Brasil e Argentina. São Paulo: Edusp, 2014.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes** v. 3, n. 1, pp. 21–47, 2009.
- MAGNO, Maria Ignês Carlos. Quando o Brasil ficcional faz pensar o Brasil real. Como a crítica entra nessa história?. **Revista Observatório**, v. 3, n. 3, mai. 2017.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 7. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.
- NUNES, Benedito. Crítica literária no Brasil, ontem e hoje. In: MARTINS, Maria Helena. **Rumos da Crítica**. 2 ed. São Paulo: Senac/Itaú Cultural, 2007, pp. 51-79.
- SILVA, Gislene; SOARES, Rosana. Para pensar a crítica de mídias. **Revista Famecos**, v. 20, n. 3, pp. 820-839, 2013.
- TORRES CINTRA, Eduardo. **Ler a televisão**: o exercício da crítica contra lugares comuns. Lisboa: Oeiras Celta Editora, 1998.
- VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**: fragmentos de uma teoria de la discursividad. Argentina: Gedisa, 1987.
- VÉRON, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix: Editora da Universidade de São Paulo, 1980.

Navegando com a telenovela: mediações, recepção e ficção televisiva em tempos transmídia: alguns apontamentos¹

Tissiana Nogueira Pereira

Doutoranda em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisadora do Centro de Estudos de Telenovela (CETVN-ECA/USP) e membro do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (Obitel). Linha de Pesquisa: Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação. Orientadora: Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Email: tissianapereira@yahoo.com.br

Resumo: O texto apresenta apontamentos sobre pesquisa a propósito da releitura e atualização teórico-metodológica do livro **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002), ou seja, como a recepção da telenovela tem sido reconfigurada devido ao contexto comunicacional atual das novas mídias, em que as tecnologias estão criando um ambiente transmídia já incorporado no cotidiano. O eixo teórico e metodológico é a teoria das mediações (MARTÍN-BARBERO, 1987) acrescida pelos estudos sobre transmídia.

Palavras-chave: Telenovela. Recepção. Mediação. Transmídia.

Introdução

O presente texto traz parte dos apontamentos e reflexões elaborados até este momento da pesquisa de doutorado em andamento sobre a releitura e atualização teórico-metodológica do livro **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade (LOPES, BORELLI e RESENDE, 2002). Estamos estudando como a recepção da telenovela tem sido reconfigurada por causa do contexto comunicacional atual das novas mídias, em que as tecnologias estão criando um ambiente transmídia já incorporado no cotidiano comum das pessoas e nas mídias sociais. Filiamo-nos aos estudos de comunicação que consideram a correlação entre a cultura e a sociedade contemporânea, sendo a cultura entendida como “[...] significados e práticas que move e constitui a vida social.” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 26) Reconhecemos ainda a relação recíproca entre a cultura e a comunicação, aqui entendida como um processo complexo e intermitente que envolve a produção, a mensagem, a recepção e o consumo. Nessa perspectiva, pesquisar a interação entre comunicação e cultura exige uma aproximação antropológica, “pois o cotidiano tem valor histórico para compreender a sociedade.” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 66)

¹ 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.

Como fundamentação teórica, temos a teoria das mediações de Martín-Barbero (1987), co-adjuvado por autores latino-americanos que problematizam a comunicação e a cultura e que consolidaram tais estudos como García Canclini, Orozco Gómez, Lopes e Escosteguy. Eles des-sencializam a cultura e têm preocupação com a ação social, produzindo “[...] uma teoria engajada nas diferenças culturais.” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 39) O principal interesse é ver e investigar os cruzamentos entre as estruturas sociais e as formas e práticas culturais e, por isso, a análise dos meios de comunicação é feita problematizando o poder e a hegemonia e sua relação com a cultura e os processos políticos.

Um dos produtos comunicacionais capazes de melhor possibilitar essa análise da relação cultura, hegemonia e política é a telenovela brasileira, pois “[...] é dos raros textos consumidos por cidadãos pertencentes às mais diversas classes sociais, um repertório privilegiado para medir diferenças.” (HAMBURGUER, 2005, p. 73) Além disso, atua como “narrativa da nação” e “recurso comunicativo” capaz de problematizar temáticas amplas em tramas pontuais, sugerindo a fusão dos domínios do público e do privado (LOPES, 2009).

A teoria das mediações e suas novas configurações contemporâneas

É importante ressaltar que, para pensar a recepção, Martín-Barbero também reflete sobre a produção, pois entende que o processo comunicativo é dialético entre a produção e a recepção. O autor entende que a recepção não é apenas o momento exato em que se está assistindo à televisão, mas um processo que ocorre antes e depois dessa ação, por isso, deve ser analisada dentro de um espaço mediado. Daí que cada sujeito lê e interpreta as mensagens dos meios de comunicação de acordo com sua vivência na sociedade e “[...] os diferentes modos de ler as mensagens estão muito ligados às tradições, preocupações e expectativas da vida prática de cada um.” (LOPES, 1997. p. 166) É por isso que “[...] a comunicação se tornou questão de mediações mais do que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, senão de reconhecimento.” (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 28) As mediações, então, estão inseridas nas práticas sociais cotidianas dos sujeitos e são os lugares que estão entre a produção e a recepção:

Las mediaciones son ese lugar desde donde es posible comprender: lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver. (MARTÍN-BARBERO, 1992. p. 20)

Assim sendo, estudar a comunicação sob a perspectiva das mediações significa entender que, entre a produção e a recepção, existe um espaço em que a cultura cotidiana se concretiza (PEREIRA, 2015, p. 43). Num primeiro momento, Martín-Barbero (1987) sugere três lugares de mediação que interferem e alteram a maneira como os receptores recebem e interpretam os conteúdos midiáticos: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A cotidianidade é definida como o espaço em que as pessoas mostram verdadeiramente como são, onde se confrontam através das relações sociais e da interação com as instituições. É uma das mais importantes mediações, já que a família, mesmo com as constantes mudanças propiciadas

pela acessibilidade móvel e remota, ainda é a unidade básica de audiência. Representa também um lugar de conflitos e tensões que, reproduzindo as relações de poder da sociedade, faz com que os indivíduos manifestem seus anseios e inquietações mais sinceros (PEREIRA, 2015, p. 43). A temporalidade social é a mediação que contrapõe o tempo do cotidiano (tempo repetitivo) ao tempo produtivo (tempo valorizado pelo capital, que se pode medir), bem como a televisão, que também é organizada pelo tempo da repetição e do fragmento, incorporando-se assim ao cotidiano dos receptores. Já a mediação “[...] competência cultural se refere a toda vivência cultural que o indivíduo adquire ao longo da vida, não apenas através da educação formal, mas por meio das experiências adquiridas em seu cotidiano.” (idem) Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 40) afirmam que, no processo de recepção de telenovela, a mediação “[...] deve ser entendida como processo estruturante que configura e reconfigura tanto a interação dos membros da audiência com os meios, como a criação por parte deles dos sentidos dessa interação.”

Então, as primeiras mediações estavam inseridas no primeiro mapa elaborado pelo autor, em todos os espaços compreendidos entre as lógicas de produção, os formatos industriais, as matrizes culturais e as competências de recepção. Por ser um processo que ocorre tanto no eixo diacrônico quanto sincrônico, tais mediações não têm lugar fixo para serem localizadas. Importante salientar que a comunicação, a cultura e a política aparecem como centrais e, como já mencionamos anteriormente, não podem ser deslocadas uma das outras por estarem inter-relacionadas. Segue o primeiro mapa elaborado pelo autor.

Figura 1- Primeiro Mapa Metodológico das Mediações (1987)



Fonte: *Introducción 1*: G. Gili, Barcelona: ed. UFRJ, 2001.

Poucos anos depois do primeiro mapa, em **De los medios a las prácticas** (1990), Martín-Barbero sugere que esses três lugares de mediação citados anteriormente (cotidianidade

familiar, temporalidade social e competência cultural) sejam convertidos em três diferentes dimensões: sociabilidade, ritualidade e tecnicidade. No entanto, o autor não relacionou os termos cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural com essas novas dimensões propostas por Ronsini (2011). A sociabilidade é o espaço onde se estabelecem as relações sociais bem como as subjetividades compostas por essas relações e que interferem o contato dos atores com o mundo social e também com a mídia. Tal mediação é um lugar “[...] de ancoragem da práxis comunicativa e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpenetração/constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contra hegemonia) com o poder.” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 17) A sociabilidade contribui para a constituição das identidades e das formas de interação dos sujeitos (RONCINI; SILVA; WOTTRICH, 2009) e seus “[...] referentes individuais, de gênero, etnia e geração que são estruturados a partir de uma posição de classe.” (RONCINI, 2011, p. 91) É o contexto social e histórico que faz com que os sujeitos definam suas posições, atitudes e comportamentos no âmbito da recepção midiática. Isso é explicado através da sociologia de reprodução de Bourdieu:

[...] as relações sociais são pensadas a partir da noção de ‘campo’ bourdiana, e o papel do analista da recepção é compreender os vínculos entre a estrutura de poder que regula o processo singular de dar sentido aos formatos industriais (discursos, gêneros, programas e/ou grades de programação) e suas matrizes culturais. (RONCINI, 2011, p. 92)

A mediação *ritualidade* “[...] se refere aos diferentes usos sociais dos meios e aos diferentes trajetos de leitura [...]” (RONCINI, 2010, p. 9) feitos pelos receptores, ou seja, são os modos de ver e ler os textos dos produtos midiáticos. As múltiplas trajetórias de leitura estão:

[...] ligadas às condições sociais do gosto, marcadas por níveis e qualidade de educação, por posses e saberes constituídos na memória étnica, de classe, ou de gênero, e por hábitos familiares de convivência com a cultura letada, oral ou audiovisual, que carregam a experiência do ver sobre a do ler ou vice-versa. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 19)

Esses modos de ler e de ver a mídia constituem “gramáticas de ação” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 19) e regulam o modo como a cotidianidade dos sujeitos interage com o tempo e o espaço dos meios de comunicação. Dessa maneira, a ritualidade “[...] remete-nos ao nexo simbólico que sustenta toda a comunicação: à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição.” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 19) Esta mediação:

[...] permite pensar a modelagem dos ritmos que imprimimos ao viver cotidiano. Essa ritualidade, a que nós todos nos submetemos e ajudamos a criar, está vinculada ao triunfo da apresentação sobre a significação de modo que a simbolização do espaço (o lugar), a importância imediata dele em nossas vidas, é atravessada pela fantasia da apresentação e, assim a ritualidade instituída pela técnica dificulta a interlocução ao nos oferecer a trama agendada para discussão e suas resoluções prévias. (RONCINI, 2011, p. 91)

De modo empírico, a mediação ritualidade é verificada no momento do encontro do receptor com a mídia ou, nesse caso, no momento da assistência da telenovela que se configura em um ritual no qual os telespectadores, através de seus valores incorporados, colocam constantemen-

te em jogo a significação de bens simbólicos e materiais (PEREIRA, 2015, p. 45).

A tecnicidade não se relaciona à noção pura e simples de aparato tecnológico, mas “[...] aponta para os modos como a tecnologia vai moldar a cultura e as práticas sociais.” (RONSINI, 2011, p. 88) Remete-se à construção de novas práticas através das diferentes linguagens dos meios, traduzindo em formato industrial a competitividade tecnológica das empresas de comunicação e também sua competência comunicativa (RONSINI, 2012, p. 69). A simultaneidade das tarefas exigida atualmente pelos meios de comunicação como “aparatos tecnoperceptivos” (RONSINI, 2012, p. 69) acabam por mobilizar uma necessidade de produção e consumo voraz, instantâneo e multitela. A consequência disso é também uma “[...] vivência fragmentada e heterogênea tal como o ritmo das imagens nas telas da televisão e do computador.” (RONSINI, 2012, p. 69)

Tal mediação é definida também como o estatuto social da técnica, a competência de linguagem (MARTÍN-BARBERO, 2002). É a materialidade no discurso remetendo à constituição de gramáticas que dão origem aos formatos midiáticos, recuperando assim o sentido original do termo grego *techné* (que significa saber fazer, habilidade de expressar através de formas materiais). Simboliza outras dimensões do espaço na medida em que na contemporaneidade a sociedade globalizada adotou um modelo técnico unificado que supre a demanda da recepção/consumo, mas também busca o lucro para as empresas de comunicação. Assim, o segundo e também mais utilizado mapa de Martín-Barbero pelos pesquisadores de comunicação ficou configurado da seguinte maneira:

Figura 2 - Segundo Mapa Teórico-Metodológico das Mediações (1998)



Fonte: *Introducción 2: Pistas para entre-ver medios y mediaciones*. Convenio Andrés Bello, Bogotá :ed. UFRJ 2^a ed. 2001

Martín-Barbero retoma a discussão acerca das mediações com o intuito de ampliar e redefinir a abrangência teórica do conceito face ao contexto contemporâneo e globalizado de comunicação. Propõe, então, a substituição das mediações *institucionalidade* e *sociabilidade* por *identidade* e *cognitividade*, respectivamente. Isso porque entende que a “[...] mutação tecnológica passou a configurar um novo ecossistema comunicativo [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 222) na sociedade atual, de tal forma que o autor vincula esse novo mapa de investigação das mutações culturais contemporâneas em que os eixos são a temporalidade/formas de espaço e mobilidade/fluxos. Para Lopes (2014, p. 72), a temporalidade contemporânea “[...] configura a crise da experiência moderna do tempo, que se manifesta na transformação profunda da estrutura da temporalidade, no culto ao presente, no debilitamento da relação histórica com o passado e na confusão dos tempos que nos prende à simultaneidade do atual.” As temporalidades vividas por cada sociedade são heterogêneas, pois é possível conviver tanto com formações culturais arcaicas quanto residuais e até emergentes (MARTÍN-BARBERO, 1995).

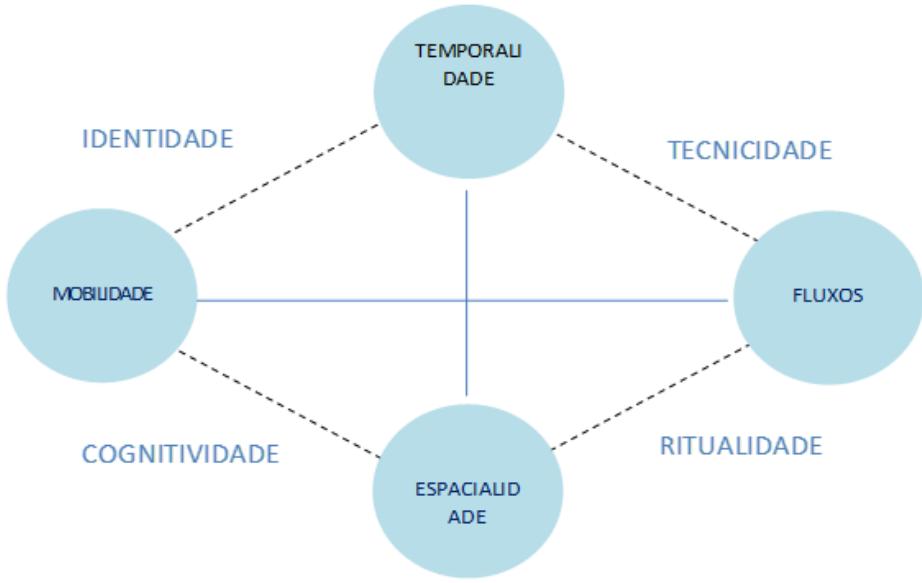
Já a mediação espacialidade, como o nome mesmo já remete, significa estar presente nos mais variados espaços, sendo eles:

[...] o espaço habitado do território feito de proximidade e pertencimento, o espaço comunicacional que as redes eletrônicas tecem, o espaço imaginado da nação e de sua identidade, o espaço da cidade moderna com a subjetividade que emerge da nova relação com a cidade, dos modos de sua apropriação. (LOPES, 2014, p. 73)

Assim, os espaços e territórios são pensados no plural, pois eles entram em contato uns com os outros nessa nova configuração de mundo globalizado em que vivemos. É a espacialidade um dos eixos centrais da nossa contemporaneidade, já que o tempo está cada vez mais veloz e dinâmico com as novas tecnologias.

A mobilidade é definida pelo trânsito ininterrupto das migrações populacionais, mas também dessas migrações entendidas como deslocamentos que ocorrem a partir do contato das pessoas com a internet, ocasionando, assim, “[...] o aparecimento das novas figuras de sensibilidade” (LOPES, 2014, p. 73). Por isso, essa mediação tem estreita relação com a mediação que Martín-Barbero (2010) denominou de fluxos, sendo esses de imagens, virtuais, de informação e de pessoas. Para Lopes (2014), tais fluxos migratórios acabam por ocasionar desordens sociais e políticas na cidade, ao passo que os de mídia uma desestabilização na cultura escolar e letrada, devido ao fato de que a tecnologia digital desloca os saberes e altera os estatutos cognitivo e institucional, fazendo com que desapareçam gradualmente as fronteiras “[...] entre razão e imaginação, saber e informação, arte e ciência, saber especializado e conhecimento comum.” (LOPES, 2014, p. 73) Segue, então, esse terceiro mapa proposto pelo investigador:

Figura 3 - Terceiro Mapa Metodológico das Mediações (2010)



Fonte: *Introducción 3: Preámbulo a un mapa de las mutaciones comunicativas y culturales*: Ed. Anthropos, Barcelona.

Recentemente, em julho de 2017, foi divulgado no último encontro da International Association for Media and Communication Research - a IAMCR, em Cartagena, na Colômbia – um quarto mapa, ainda não publicado, sobre as mutações comunicativas. Nele, aparecem novas mediações, bem como outras antigas foram reposicionadas no mapa, constituintes de novos eixos. Surgem então as novas mediações: *narrativas, redes e cidadanias*. E dois novos eixos: *sensorialidades e tecnicidades*, este último que, no terceiro mapa, era considerado pelo autor como mediação, agora passa a se tornar eixo. Para Lopes (2018, p. 59), esse novo mapa é “[...] rizomático em que essas mediações se tornaram básicas e se despregam podendo ser relacionadas em formas de direções e densidades diferentes.” Nesse novo mapa, as mediações podem ser articuladas com identidades, cidadanias, redes e narrativas a fim de atender aos mais variados objetos de pesquisas de comunicação da contemporaneidade.

Nesse último mapa, Martín-Barbero (2017) reflete sobre a teoria da sensibilidade, dialogando assim com a partilha do sensível de Rancière. Ele faz isso de duas formas: segundo Lopes (2018, p. 59), a “[...] primeira, na linhagem iniciada por Benjamin e o surgimento de um novo *sensorium* na modernidade que chega a Rancière [...]”, recusando-se em reduzir a estética a uma reflexão especulativa, e sim alarga esta a “[...] uma reflexão vinculada aos muito distintos regimes de sensibilidade que coexistem na sociedade, e que o leva ao encontro de um regime que não havia sido considerado tradicionalmente estético, o do melodrama.” (LOPES, p. 59) A segunda forma, para Lopes (2018, p. 60), de diálogo com a partilha do sensível é que o autor e sua cartografia demonstram “[...] a disposição das posições e das competências dos indivíduos, pois a sua epistemologia [...] têm como base o olhar descentralizado do estudioso que contempla as margens e a valorização do fluxo comunicacional e do intercâmbio cultural.”

Podemos, então, dizer que existem novos parâmetros de sensações compartilhadas, demarcadas por diferentes experiências partilhadas na sociedade do consumo contemporânea.

Figura 4 - Quarto Mapa Metodológico das Mediações (2017)



Fonte: Entrevista de JMB a Omar Rincón, 2017 In: LOPES, 2018

A pesquisa de doutorado em andamento tem ainda como eixo teórico os estudos sobre transmídia e convergência por contribuírem para problematizar essa nova ambiência comunicativa possibilitada pelas novas mídias, fluxos e plataformas. Afinal, conforme Jenkins (2009), as novas mídias causaram e ainda causam enormes transformações na sociedade, bem como o conceito de classe social e distinção de classe a partir de Bourdieu (2007). Mas estes não serão colocados nesse texto porque, por questão de espaço, optamos por demonstrar um panorama geral da pesquisa em andamento e as questões relacionadas aos mapas das mediações e às reflexões acerca deles já que são estruturantes para o trabalho.

Justificativa do estudo

Apesar da grande oferta das novas tecnologias, a televisão ainda é o veículo de comunicação mais utilizado pelos brasileiros e ocupa um lugar importante “[...] nas dinâmicas da cultura cotidiana das maiorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades.” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p. 26) De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016², 89% da população brasileira assiste à televisão, sendo que 77% tem o hábito de assistir diariamente. Resultados de investigações anteriores da mesma pesquisa apontam que a telenovela continua sendo um dos formatos televisivos mais vistos diariamente pelos brasileiros.

² Pesquisa Brasileira de Mídia – recomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>.

Por ter grande audiência e ser preferência nacional, a telenovela tem grande repercussão no cenário nacional, sendo assim a “narrativa da nação” (LOPES, 2003). Dessa forma, cria a noção de pertencimento nas pessoas ao acionar mecanismos de compartilhamento, participação e conversação em uma nação imaginada e compreendida em todas as camadas sociais. Ao assistir às ficções, os telespectadores são levados a um mundo e a lugares conhecidos e desconhecidos, mundos e narrativas diferentes. Mas também criam vínculos com o enredo e com os personagens. O tema da investigação em andamento é relevante também por ser contemporâneo e por refletir sobre um possível empoderamento do receptor dentro da nova ecologia comunicacional, com diversas possibilidades de produção, distribuição, fruição e apropriação dos conteúdos midiáticos.

A pesquisa, por versar sobre a recepção da telenovela, atentando para a reconfiguração dessa em uma época em que as novas tecnologias proporcionam um ambiente transmídia presente na multiplicidade de telas, na interatividade e nas mídias sociais, é pertinente porque tem como principal interesse a investigação dos cruzamentos entre as estruturas sociais e as práticas culturais. Por isso, a análise dos meios de comunicação é feita problematizando o poder e a hegemonia e sua relação com a cultura e os processos políticos. Entendemos, portanto, que pesquisas desse cunho são essenciais tanto para uma reflexão teórica quanto epistemológica do campo da comunicação, já que partilhamos da ideia de que o pesquisador não é apenas um observador neutro, ele é “[...] um sujeito político e moral.” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 53) Aliado a essas questões, torna-se essencial problematizar também a reconfiguração da comunicação na contemporaneidade devido às novas tecnologias.

Objetivos gerais

- 1) Transpor e readequar o protocolo metodológico de pesquisa utilizado no livro **Vivendo com a Telenovela** — mediações, recepção, teleficcionalidade, observando a recepção da telenovela O Sétimo Guardião (Globo, 21 horas), em duas famílias, uma de classe popular e outra de classe alta;
- 2) Explorar teórica e metodologicamente a recepção da telenovela nos dias de hoje, aqui definidos como tempos de transmídia.

Objetivos epistemológicos

Explorar e readequar teórica e metodologicamente a recepção de uma telenovela no atual ambiente transmídia, fazendo a releitura do estudo clássico de recepção **Vivendo com a telenovela** — mediações, recepção, teleficcionalidade (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002), realizado há 16 anos, quando não existia tal realidade.

Objetivos teóricos

Contribuir para o avanço teórico e metodológico de estudos de recepção de ficção televisiva/transmídia. Também colaborar para o resgate do caráter político das pesquisas de comunicação,

principalmente aquelas que discutem as questões de empoderamento do receptor frente à perspectiva contemporânea da comunicação dentro do ecossistema transmídia.

Objetivos empíricos

Analisar como a recepção da telenovela, basicamente de assistência coletiva familiar, foi reconfigurada pela transmidiação. Mais especificamente, propomo-nos a desvendar de que maneira isso acontece em duas famílias de diferentes classes sociais.

Metodologia

O livro clássico de recepção **Vivendo com a telenovela** — mediações, recepção, teleficalidade (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002) será atualizado a partir da reflexão sobre a contemporaneidade dos processos comunicacionais envolvendo a transmídia. Portanto, a tese é de exploração metodológica por transpor e readequar tanto a teoria das mediações quanto o protocolo metodológico presentes nesse livro. Além disso, combina etnografia da recepção e observação *online* sobre a forma de interagir dos receptores durante e após a telenovela e grupo de discussão. Adaptaremos ainda os mapas das mediações (MARTÍN-BARBERO, 1987, 2009, 2016, 2017) com o intuito de operacionalizar teórica e metodologicamente nossa pesquisa de recepção em época de transmidiação. O *corpus* da pesquisa é a telenovela das 21 horas, *O Sétimo Guardião*, da Rede Globo, e a amostra da pesquisa são duas famílias de classes sociais diferentes (classe média alta e classe média baixa). As técnicas de coleta são diário de campo, observação participante, observação *online*, entrevistas diretivas (com um roteiro fechado), semi-diretivas (com roteiro aberto e fechado) e não-diretiva (depoimento dos entrevistados), questionário, história de vida e história de vida cultural.

Resultados parciais

É possível apontar que a teoria das mediações de Martín-Barbero (1987-2017) continua cada vez mais atual, pois em seus mapas é possível:

[...] reconhecer que os meios constituem hoje espaços-chave de condensação e intersecção de múltiplas redes de poder e de produção cultural, mas também alertar, ao mesmo, contra o *pensamento único* que legitima a ideia de que a tecnologia é hoje o “grande mediador” entre pessoas e os mundo, quando o que a tecnologia media hoje, de modo mais intenso e acelerado, é a transformação da sociedade em mercado, e deste em principal agenciador da mundialização (em seus muitos e contrapostos sentidos). (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 19)

Dessa maneira, é possível investigar a recepção da telenovela tanto pela lógica de produção quanto pelas competências de recepção, que hoje são muitas, acompanhando as demandas causadas pelos fluxos que as fazem serem multitarefas:

[...] o pensamento comunicacional de Martín-Barbero não se conforma a uma teoria da recepção nem a uma teoria das mediações, mas constitui uma teoria da comunicação específica, caracterizada por uma epistemologia, metodologia e conceitos próprios, a que denominamos teoria barberiana da comunicação. (LOPES, 2018, p. 39)

É a partir desse pensamento, de que Martín-Barbero instaurou um conceito complexo e completo, que Lopes (2018) denominou de “Teoria Barberiana de Comunicação”, que passamos à elaboração da tese. Através desse norte, foi viável esclarecer como será feita a mobilização dos mapas das mediações na tese, bem como a confecção do protocolo multimetodológico. Este protocolo é então a operacionalização da mobilização de todos os mapas no meu trabalho, a serem utilizados durante e após a pesquisa de campo com as duas famílias informantes.

Quadro 1 - Protocolo Multimetodológico da Tese

Mediações	Temporalidades	Narrativas	Tecnicidades	Redes	Espacialidades	Cidadanias	Sensorialidades	Identidades
Coleta de Dados								
<i>1. Trabalho de campo com 2 famílias</i>								
Técnica Quantitativa	QC	QC	QC	QC	QC	QC	QC	QC
Técnica Qualitativa	OE	OE	OE	OE	OE	OE	OE	OE
					HV	HV	HV	HV
	EG	EG	EG					
					QSE	QSE		QSE
	OO	OO	OO	OO	OO	OO	OO	OO
	GD	GD	GD	GD	GD	GD	GD	GD
<i>1. Corpus: TVN gravação de todos os capítulos</i>								
	TVN-R	TVN-R	TVN-R	TVN-R	TVN-R	TVN-R	TVN-R	TVN-R
	Sinopse	Sinopse	Sinopse				Sinopse	
	Clipping	Clipping	Clipping				Clipping	
Tratamento dos Dados								
Transcrição instrumentos	Todos	Todos	Todos	Todos	Todos	Todos	Todos	Todos
Tabulação por mediação	Maxqda	Maxqda	Maxqda	Maxqda	Maxqda	Maxqda	Maxqda	Maxqda
Análise	Estudo de caso	Análise gênero ficcional	Análise gênero ficcional; Estudo de caso	Análise de conteúdo	Análise de conteúdo	Estudo de caso	Estudo de caso	Estudo de caso

Legenda: QC: Questionário de consumo/OE: Observação etnográfica/HV: História de vida/EG: Entrevista de gênero/QSE: Questionário socioeconômico/OO: Observação online/GD: Grupo de discussão/TVN-R: Telenovela reeditada.

Referências

- LOPES, Maria Immacolata V.; BORELLI, Silvia Helena S.; RESENDE, V. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção e teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. et al. Transmediação, plataformas múltiplas, colaboratividade e criatividade na ficção televisiva brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo. de (Org.). **Ficção televisiva no Brasil**: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009.
- _____. Algumas Reflexões Metodológicas sobre a Recepção Televisiva Transmídia. **Revista GE-MinIS** // Edição Especial – JIG, 2014
- _____. A teoria barberiana da comunicação. **MATRIZes**, v. 12, n. 1 jan./abril, São Paulo, 2018.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- _____. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.
- _____. Dos meios às mediações: 3 introduções. Tradução de LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; CASTILHO, Fernanda. **MATRIZes**, v. 12, n. 1 jan./abril, São Paulo, 2018.
- _____. **Oficio de Cartógrafo Travesías latino-americanas de la comunicación en la cultura**. Fondo de Cultura Económica: Chile, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Gérman. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Ed. SENAC, 2004.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- PEREIRA, Tissiana N. **Da felicidade à alegria**: os usos e as apropriações do telejornal Jornal Nacional por famílias de classe popular. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2015.
- RONCINI, Veneza. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: GOMES, I; JANOTTI JUNIOR, J. **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011.
- _____. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: **XIX Encontro da Compós**. Rio de Janeiro, 2010.
- _____. **A crença no mérito e a desigualdade**: a recepção da telenovela do horário nobre. Porto Alegre: Sulina, 2012
- RONCINI, Veneza; SILVA, Renata.; WOTTRICH, Laura. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero no Estudo de Recepção de Telenovela. In: **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação (Nacional) – Comunicação, educação e cultura na era digital**. Curitiba/PR, 2009.

Comunicação, organizações e relações de trabalho

ONGs de comunicação: o trabalho orientado por uma causa social¹

Camila Acosta Camargo

Professora do curso de Relações Públicas no FMU | FIAM-FAAM Centro Universitário. Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA-USP) e bacharel em Relações Públicas pela mesma instituição. Integra o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT/ECA-USP), sob coordenação da Profª Drª Roseli Figaro. Contato: camila.acosta.camargo@usp.br

Resumo: Procuramos investigar como se expressam os sentidos e as relações de comunicação e trabalho em ONGs que elencaram a comunicação como principal ferramenta de atuação em defesa de uma *causa social*, nas quais aprofundamo-nos em seus enunciados institucionais, como também na experiência dos trabalhadores a partir de relatos próprios. Buscamos identificar em que medida as práticas discursivas e as relações de trabalho são atravessadas pelos sentidos hegemônicos da ideologia do “terceiro setor”. Neste artigo, apresentamos os resultados do tópico intitulado “O trabalho orientado por uma causa social”.

Palavras-chave: Terceiro setor. Comunicação e trabalho. Neoliberalismo. ONGs. Discurso.

Introdução

Neste artigo apresentamos parte dos resultados da dissertação de mestrado **A comunicação do “terceiro setor” como expressão do neoliberalismo**: as práticas discursivas e os sentidos do trabalho em ONGs de comunicação, concluída em outubro de 2018 sob orientação da Profa. Dra. Roseli Figaro, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA-USP). O artigo dá continuidade à discussão apresentada no capítulo *Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil* (CAMARGO, 2018), presente na primeira edição do livro digital **Conexão Pós: diálogos e intersecções na pesquisa discente**, publicado pelos discentes do PPGCOM em 2018.

Aqui, buscamos compreender como se expressam os sentidos de comunicação e trabalho em organizações sem fins lucrativos nas quais a comunicação foi elencada como o principal meio adotado em função de uma *causa social*, o que denominamos ONGs de comunicação. Objetivamos identificar em que medida as práticas discursivas e as relações de trabalho instituídas são

¹ 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.

atravessadas pelos sentidos hegemônicos vinculados à ideologia do “terceiro setor” a partir da análise dos enunciados oficiais e dos relatos dos trabalhadores.

O “terceiro setor” e as ONGs de comunicação

Tradicionalmente, a esfera privada se instituiu como o espaço de inserção das atividades consideradas do campo da comunicação no *mundo profissional*, representados por agências de publicidade, assessoria de imprensa, veículos de mídia, entre outros. Com as rápidas transformações da sociedade, o mercado assume novas configurações que buscam expandir o capital para áreas antes sequer existentes, e não à toa a comunicação adquire papel de destaque nesse cenário que é pautado, acima de tudo, pelas inovações no campo das tecnologias da informação.

O universo considerado do “terceiro setor” e a filantropia, que inicialmente também tinham suas atuações restritas às áreas como a assistência social, o desenvolvimento comunitário, a saúde e a socioeducação, passam a ser influenciados por esse novo cenário, o qual resulta no surgimento de iniciativas voltadas à defesa das mais diversas *causas*.

Nessa conjuntura, despontam novas expressões do trabalho com foco em comunicação, agora voltados à ideia de trabalho social, nos quais as iniciativas/organizações unem práticas historicamente vinculadas ao campo da comunicação à necessidade de atender demandas sociais diversas. As representações desse modelo já se manifestavam nas décadas passadas com o estabelecimento das rádios e jornais comunitários, mas agora se expandem significativamente, se adequando a diferentes formatos tecnológicos e também guiados por outra conjuntura social. Nascem ONGs voltadas a práticas educomunicativas, ao jornalismo independente, à alfabetização digital, entre outros temas que passam a integrar as atividades vinculadas à comunicação ao campo também já tradicionalmente estabelecido do “terceiro setor”. Com o objetivo de elucidar este debate, denominamos tais organizações “ONGs de comunicação”, o que nos ajuda a compreender melhor essa nova categoria.

Para a discussão teórica, priorizamos o conceito de ideologia do “terceiro setor” do autor Carlos Montaño (2002), que apresenta uma análise crítica ao fenômeno de “trato da questão social” dentro do projeto neoliberal. Para ele, o contexto de surgimento e expansão do modelo das ONGs retirou os conflitos do sistema capitalista decorrentes da contradição entre capital e trabalho do campo da disputa de classes, e os inseriu em uma perspectiva de *privatização* das questões sociais por meio do investimento em um “trabalho social”, pautado em lógicas românticas, falsamente harmônicas e assistencialistas das desigualdades. Os movimentos sociais, que antes compreendiam a disputa em âmbito macroestrutural, passam a atuar de forma reformista, localizada e, ainda, com forte vínculo aos interesses hegemônicos, representados em especial pelas formas de financiamento da filantropia.

Afirmar a existência do terceiro setor é considerar que antes forma-se um primeiro setor (Estado) e um segundo setor (mercado), e que estes teriam funcionamentos e diretrizes completamente distintos. Assim, as correntes às quais o conceito em questão deriva entendem a

sociedade de forma fragmentada e setorializada, como é o caso das abordagens positivista, estruturalista e funcionalista, entre outras. Em nossa abordagem, por outro lado, entendemos que tanto o universo das ONGs quanto o Estado são instrumentos de classe a serviço da sociedade burguesa. Inclusive, ao considerar que as próprias ONGs são instituições privadas, não haveria diferença entre elas e as instituições do considerado “segundo setor”, demarcando-se assim um problema conceitual para além das diferenças teóricas entre as abordagens. Por esse motivo, a terminologia “terceiro setor” é colocada em questionamento, ao negarmos a divisão *setorializada* da sociedade, e por isso é utilizada entre aspas.

Metodologia

Para a etapa empírica da pesquisa, selecionamos três ONGs de comunicação localizadas no município de São Paulo e ativas durante o período de realização do estudo (2016-2018), nas quais aprofundamo-nos em seus enunciados institucionais e na experiência dos trabalhadores a partir de relatos próprios.

Interessou-nos destacar como se dão os sentidos de comunicação e trabalho nesses espaços; também buscamos entender mais sobre como determinadas formações discursivas, tanto no âmbito da comunicação institucional das ONGs quanto nos enunciados dos trabalhadores, desvelam sentidos ideológicos; como o contexto histórico e social específico do universo das organizações sem fins lucrativos afeta a visão sobre o trabalho e suas rotinas; e em que medida essas organizações oferecem ou não alternativas às propostas de organização do trabalho vigentes no modelo hegemônico.

A pesquisa foi realizada de forma confidencial. Dividimos as organizações em ONG A, ONG B e ONG C. As informações institucionais resumidas podem ser encontradas na Tabela 1:

Tabela 1 - Descrição das organizações selecionadas

	ONG A	ONG B	ONG C
Área de atuação	Formação de jovens em educomunicação	Disseminação de informação	Capacitação de jovens em audiovisual
Localização	Distrito periférico da Zona Sul de São Paulo	Distrito da Zona Oeste de São Paulo	Distrito central de São Paulo
O que faz²	Impulsiona o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação – TIC – como estratégia para o acesso e a ampliação de direitos sociais, culturais e econômicos entre jovens e comunidade escolar.	Identifica e torna públicas as situações que violam os direitos fundamentais dos brasileiros por meio de reportagens, jornalismo investigativo, pesquisas e metodologias educacionais.	Promove o desenvolvimento profissional, sociocultural e pessoal de jovens por meio da formação socioeducativa em audiovisual.
Ano de fundação	2011	2001	2003
Perfil dos fundadores	Membros da comunidade	Acadêmicos e profissionais	Empresariado
Perfil do conselho	Ex-educandos	Profissionais da área	Empresários e figuras públicas
Financiamento	1) Prestação de serviços no ramo do audiovisual	1) Prestação de serviços na área de desenvolvimento de pesquisas e formação socioeducativa 2) Doações	1) Doação de empresas (leis de incentivo e investimento direto de recursos)
Receita anual	Não informado	2 milhões em 2017	4 milhões em 2016
Tamanho	Até 10 funcionários	Até 20 funcionários	Até 50 funcionários

Fonte: Elaboração própria

Neste artigo apresentamos especificamente as análises realizadas para o tópico intitulado “O trabalho orientado para uma causa social”, presente no capítulo de resultados do estudo.

Discussão e resultados

Na perspectiva do materialismo histórico, a categoria trabalho assume uma posição ampliada na constituição do homem como ser social. Contudo, a apropriação do trabalho pelo capital promove alterações em seu sentido, que resultam em uma relação de constante contradição entre o sujeito, seu ofício e o espaço em que se está inserido, atravessada pelos domínios da exploração e da emancipação, em um campo de disputas que se dá no mundo do trabalho e se reflete na produção intelectual sobre o tema.

Marx e Engels trazem uma contribuição riquíssima para demarcar um pensamento que revela como a desigualdade endêmica do sistema é resultado direto da expropriação do trabalho e apon-

² Texto extraído e adaptado da comunicação institucional apresentada nos websites das organizações.

tam como isso se manifesta concretamente na relação entre capitalistas e empregados com o mecanismo da retirada da mais-valia. A atualização desses conceitos na contemporaneidade nos ajuda a explicar como as expressões do capital engendram as relações sociais para além dessa situação direta de exploração, e como os sentidos hegemônicos passam a ser incorporados pelos sujeitos de uma forma que o capitalismo não mais representa apenas um sistema econômico, ele opera também no nível das inter-relações, alterando de forma acentuada as nossas percepções de vida e a nossa subjetividade. Antunes (2009), Boltanski e Chiapello (2009), Dardot e Laval (2016), para citar apenas alguns autores, comentam as questões relativas à formação de uma consciência imbricada nas subjetividades no contexto de reificação capitalista e inserem o trabalho como categoria central também nesse debate.

Compreender esse movimento é essencial para falarmos da dinâmica relacional em organizações sem fins lucrativos, espaços de “cunho social” onde circulam expressões de trabalho singulares, como a própria concepção de trabalho voluntário, mistificado pelos discursos de boa vontade, ação desinteressada e ajuda ao próximo, que fortalece uma mentalidade que desassocia a questão social da questão de classe.

As ONGs são locais que não atuam de forma direta sob os preceitos da valorização de capital – já que não são orientadas pelo lucro, estando inseridas na categoria marxiana de trabalho improdutivo. Contudo, elas estão intrínseca e historicamente imbricadas nas lógicas dominantes e, por conseguinte, favorecem o processo de acumulação por representarem parte de uma estratégia de expansão do grande capital e do projeto neoliberal (MONTAÑO, 2002).

Tais premissas impulsionaram algumas reflexões para o andamento da dissertação: como se expressam os sentidos do trabalho para o próprio trabalhador em uma ONG? Quais elementos afastam e quais aproximam as práticas e os discursos de diferentes trabalhadores em cada uma das organizações estudadas? O que os motiva e o que os desestimula nas práticas do trabalho? E, por fim, como seu olhar para o trabalho está ou não vinculado aos sentidos hegemônicos discutidos acerca da “ideologia do terceiro setor”?

Para responder todas estas questões, partimos para a abordagem ergológica (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007), que busca compreender o mundo do trabalho a partir do olhar do próprio sujeito que trabalha. Perguntamos aos entrevistados sobre seu histórico profissional, seu cotidiano e suas rotinas de trabalho, buscando entender como eles se colocam e se enxergam nessa relação. Apresentamos a seguir alguns desses achados.

Hierarquias e percepções dos trabalhadores

Pudemos enxergar que as ONGs de comunicação estudadas contam com uma forte presença de profissionais formados nos cursos do campo da comunicação – entrevistamos jornalistas, publicitários e relações públicas. Estes ocupam não apenas cargos exclusivos das áreas de comunicação dentro das organizações, mas também figuram nos setores de projetos sociais e educacionais, indicando que estas instituições entendem os processos comunicacionais para além das atividades tradicionais como *marketing*, assessoria de imprensa, comunicação digital etc. O

profissional de comunicação parece assumir papel relevante também no trabalho específico com a *causa social*, que é localizado usualmente no segmento de *projetos*, e representado por cargos como educadores e coordenação de programas educacionais.

Duas das organizações estudadas, a ONG B e a ONG C, contam com uma estrutura hierárquica bastante convencional e usualmente encontradas tanto em empresas quanto em organizações sociais juridicamente estruturadas. As equipes executivas, organizadas verticalmente, estão submetidas a um conselho diretor formado por profissionais voluntários – na ONG B o conselho é representado por pesquisadores e profissionais que participaram mais ativamente do processo de fundação, enquanto na ONG C a composição do conselho se dá por um grupo de empresários renomados e pessoas públicas.

Apesar de pequena, a equipe da ONG B é distribuída de uma forma bastante verticalizada: o secretário-executivo tem o cargo remunerado mais alto, em seguida têm-se os coordenadores que chefiam equipes formadas por uma, duas ou três pessoas. Estas equipes também são verticais — o departamento de projetos educacionais, por exemplo, é estruturado pela coordenadora que chefia o assessor de projetos e ambos chefiam o assistente de projetos.

Os trabalhadores entrevistados nesta organização são formados no ensino superior nas áreas de jornalismo ou outros campos das ciências humanas como sociologia e história – em alguns casos, como uma segunda graduação ou na pós-graduação. Contam com um perfil bastante acadêmico e todos estão há mais de cinco anos na instituição, demonstrando a baixa rotatividade da equipe.

Os entrevistados têm, em geral, certa dimensão de que a organização conta com uma estrutura estabelecida hierarquicamente. Apesar de indicarem que ela nasceu visando ser horizontal e colaborativa, é nítida sua rigidez na disposição dos cargos. Por outro lado, na visão dos profissionais, esse aspecto é relatado como algo que colabora para o bom funcionamento da gestão. Mesmo nesse modelo mais tradicional, os enunciados revelam os sentidos de *abertura*, *fluidez*, *transparência* e *participação* como na fala de um dos trabalhadores em cargo de chefia na sequência (1).

(1) É... Acho que a principal diferença... não sei se isso se dá... acho que isso não é uma especificidade de organizações da sociedade civil, isso que eu vou dizer, mas por exemplo aqui na *ONG B as coisas são muito debatidas em diversas instâncias. Apesar de que, claro, existe uma certa hierarquia, existe... as funções são desempenhadas de forma muito clara pelas pessoas aqui na *ONG B, as coisas são muito discutidas principalmente entre coordenadores, né? Entre a coordenação geral... Bilateralmente, de um coordenador com outro e, principalmente, dos coordenadores com as suas equipes, né? Isso é algo que, pelo menos dentro... digo pela minha... algo realmente muito... muito aberto dentro da equipe, as coisas são muito fluidas, muito transparentes, muito claras, então, muito participativas ao mesmo tempo. Então uma vez que a gente abre os processos, a gente espera que as pessoas tomem parte, né, desses processos. Então, nesse sentido, eu acho que é um pouco diferente, imagino, de setores privados. Mas também eu já tive experiências em outras organizações de sociedade civil que não era assim. Então, acho que não é uma peculiaridade, não é uma diferença porque é sociedade civil, é uma diferença porque é a *ONG B. Eu já tive em outras situações, é.... em organizações da sociedade civil que era super hierarquizada, né? E não tinha tanta abertura pra participação de todos os membros em várias instâncias. Então, acho que varia muito. Mas aqui é relativamente... é tudo muito

discutido, muito aberto...

Quando conversado sobre o momento de criação da organização, o entrevistado apontou (2) o alinhamento com o momento histórico de surgimento do Fórum Social Mundial e o compartilhamento de valores, destacando a ideia de *coletividade* como um sentido valorizado no período.

(2) A gente tá falando de 2001, que foi justamente o ano que nasceu o Fórum Social Mundial, e o ano que surgiram vários projetos de comunicação independentes da grande mídia, aproveitando justamente o crescimento da internet no Brasil, né. Então, nessa onda assim, eu acho que haviam alguns princípios ali, um dos princípios era a questão de você definir os conteúdos e como que as coisas estariam juntamente, coletivamente, né. Então não ter uma hierarquia rígida, né, você tinha no próprio Fórum Social Mundial várias ONG que em tese deveriam ser mais horizontais do que verticais, né. Então acho que essa ideia de fazer uma coisa mais coletiva, ela tava muito forte na época. Acho que inclusive influenciou a *ONG B a ser uma associação, e não ser uma empresa né, com sócios.

É interessante a afirmação de que as ONGs “[...] em tese deveriam ser mais horizontais do que verticais [...]” o que aponta uma crítica à falta de horizontalidade das organizações sociais, mas que contradiz a própria estrutura hierárquica da instituição que aponta um organograma de constituição bastante vertical. O entrevistado entende que o crescimento da organização demandou uma necessidade por melhorias dos processos e associa isso à concepção de “formalização” típica do setor privado.

As falas indicam que, com o crescimento da ONG, foi sendo traçado um caminho cada vez maior em direção à fixação de uma estrutura um pouco mais rígida do que cabe um modelo colaborativo de gestão, contudo tais valores permaneceram instituídos de uma forma que, para o entrevistado, o diálogo mais aberto entre os trabalhadores se estendeu como uma prática essencial até os dias atuais.

O caso da ONG A se diferencia do formato organizativo tradicional, inclusive como parte de uma proposta direcionada e ideológica de criar um espaço de trabalho mais horizontalizado. Na instituição todos os trabalhadores são muito jovens, com menos de 30 anos, e se propõem a execução de suas funções no formato que autodenominam colaborativo. O conselho consultivo é formado por jovens voluntários ex-participantes dos projetos; ademais conta com uma pequena equipe de funcionários remunerados, como alguns diretores e os educadores.

A idealização de um conselho formado pelos jovens do bairro, e não por empresários em busca de exercer sua ação solidária, como é o mais comum no “terceiro setor”, revela sobre a busca da entidade em instituir novas formas de se relacionar com os sujeitos envolvidos – o que recorrentemente emerge nas falas dos entrevistados como a busca por novos *modelos de gestão*.

O trabalhador em cargo de chefia (3) é um jovem com cerca de 26 anos que atua com comunicação em ONGs desde a adolescência, quando aos 15 anos abriu a própria organização com foco em educomunicação após participar de um projeto na rádio da escola.

(3) Eu considero a minha trajetória profissional desde o momento em que eu entendi o que era trabalhar na verdade. Isso começou quando eu tinha catorze, treze anos, que foi com um projeto que aconteceu dentro da escola, um projeto da prefeitura, é, e desse projeto da prefeitura era pra trabalhar com rádio. [...] então quando eu tinha quinze anos fui fundador, cofundador de uma ONG que trabalhava com educomunicação porque era do tipo, se é tão legal fazer aqui dentro da nossa escola, que era a escola da oitava série, porque não fazer em outras escolas, em outros espaços né? E aí a gente começou a entender isso muito mais como um, uma coisa a se fazer mesmo assim, trabalhar no terceiro setor etc. e tal.

Sua participação em projetos sociais, desde cedo, já é assumida pelo entrevistado como atividade de trabalho, como afirma na primeira linha. Quando decidiu expandir a iniciativa de educomunicação que realizava nas escolas, afirma: “*E aí a gente começou a entender isso muito mais como um, uma coisa a se fazer mesmo assim, trabalhar no terceiro setor [...]*”, revelando o entendimento de que, ao buscar estruturar e formalizar o projeto, assumiu naturalmente o “terceiro setor” como o espaço para isso por excelência, indicando mais uma vez como este segmento se expressa no imaginário popular como o local de trato das *questões sociais*.

Na ONG C, um trabalhador entrevistado assume com naturalidade a rigidez hierárquica da instituição, não idealizando a distinção operacional de uma ONG para uma empresa convencional. Contudo, enxerga uma maior abertura para o diálogo e atribui ao espaço de trabalho um ambiente de geração positiva de transformações.

(4) Eu não sou a pessoa que briga com as estruturas, né? (risos) Mas, existe um pouco de resistência, porque é uma mudança depois de tanto tempo, então, foi devagar, ainda não foi total, então... O plano era algo muito mais ousado. Então acabou sendo num lugar seguro pra todos os lados e tá tudo bem. Então, foi bastante conversa, mas não foi difícil. Demandou bastante diálogo.

Ao afirmar que “[...] não briga com as estruturas [...]”, o trabalhador indica a verticalidade da tomada de decisões, que provavelmente se estabelece em níveis mais acima do que seu próprio cargo na gestão hierárquica. Ao tratar da mudança na proposta pedagógica do curso de formação audiovisual que ocorreu na instituição recentemente, o trabalhador aponta resistência por parte da gestão, informando que o plano inicial era “[...] muito mais ousado.” Mas que precisou ser readequado para se firmar em um “[...] lugar seguro [...]”. Apesar disso, na perspectiva do trabalhador a decisão final não foi ruim, pois através de “[...] bastante diálogo” chegou-se a um consenso que foi positivo para todas as partes.

Trabalho engajado

Emergiu como uma categoria de destaque nos enunciados dos trabalhadores o *engajamento em defesa de uma causa social* como o principal elemento motivador do trabalho, por isso decidimos dar especial destaque ao tema. Podemos dizer que esse é um padrão que deparamos em todas as instituições: funcionários que se afirmam realizados profissionalmente por estarem atuando em defesa de melhorias sociais, entendendo seu trabalho como uma contribuição para transformar a realidade.

O estímulo à realização de um trabalho engajado não é novo nem exclusividade do “terceiro setor”. Desde a ascensão de modelos de gestão do trabalho, como o *just-in-time*, que extrapolam os muros da fábrica e passam a fazer parte do imaginário social, o capital engendra retóricas que formam sujeitos crentes e defensores de seu papel no funcionamento da máquina, não apenas para gerar benefícios próprios, mas entendendo que sua motivação é essencial para o sucesso do negócio.

No “terceiro setor”, a *motivação* e o *engajamento* não são movidos pelo sucesso do negócio necessariamente, mas sim pelo sucesso do “impacto positivo” do trabalho sob uma problemática social. Esse sentido surgiu, sem exceção, em todas as entrevistas. Os relatos indicam que o exercício do ofício guiado por uma finalidade social é algo que dá sentido à atividade de trabalho para estas pessoas, que expressam *orgulho*, *felicidade* e *satisfação* com as tarefas que realizam. Mas por que esses trabalhadores encontram realização profissional no trabalho considerado social? Deparamo-nos com um perfil de entrevistados críticos, preocupados com questões relativas às desigualdades, formados em cursos superiores do campo das ciências humanas e com discurso progressista. Em suas falas, expressa-se uma concepção de que o trabalho em uma ONG tem *função social* em contraposição ao trabalho na esfera privada em direção ao que Montaño afirma de que os conflitos de classe na ideologia do “terceiro setor” são tratados como causa a ser defendida de forma solidária.

Também perguntamos aos trabalhadores sobre as diferenças do trabalho em uma ONG e em uma empresa, nas quais as respostas revelaram que, ao mesmo tempo que o “setor privado” é visto como mais *profissionalizado* e *organizado*, o “terceiro setor” é menos *rígido*, mais *flexível* e *mais humano*.

(5)Tava num trabalho bem péssimo, mas, eu saí de lá e tava frustado [...] e aí a partir desse momento eu comecei a descobrir que eu podia resolver o problema e não só do que vender alguma coisa que já existe, ainda não tinha muito papo de empreendedorismo como existe hoje assim, eu não entendia o que poderia ser, o que é uma solução...

Para o sujeito na sequência (5), um “[...] *trabalho bem péssimo* [...]” causava frustração e foi o ponto de inflexão que o levou a conhecer novas possibilidades para a atividade de trabalho que se distanciassem do objetivo final comercial – “[...] *não só do que vender alguma coisa que já existe* [...].” A fala se vincula a uma perspectiva de *resolução de problemas* associada à ideia de empreendedorismo.

A utilização de termos como *trabalho na base*, o *atendimento final* ou *lá na ponta* são inúmeras vezes repetidos pelos trabalhadores ao explicitarem a motivação gerada pelo *impacto positivo* que o trabalho social dessas instituições promove no “público beneficiário”. Para estes funcionários, a realização profissional está associada à possibilidade de exercer um trabalho transformador para a comunidade.

Os enunciados refletem uma forte crença na atuação da instituição onde atuam. Os sujeitos falam sobre seus espaços de trabalho com orgulho do que ali é produzido e é notória a convicção de que o diferencial da atuação de uma ONG está no fato de que não é o lucro o que

mobiliza o sentido do trabalho, mas uma vontade de mudança. Em inúmeras entrevistas revela-se o sentimento de que o desaparecimento do sentido de busca por lucro (da organização) possibilitou que outras relações fossem estabelecidas, considerando-as mais *profundas*.

(6) Na minha esfera pessoal isso, claro, envolveu uma dedicação e uma entrega muito grande. De concentrar. Faço isso porque eu acredito. [...]

(7) Então eu tenho a dimensão do sentido do trabalho. Tipo, eu vejo que um efeito lá, na base. Então a gente acaba se dedicando muito por saber que é uma coisa real. E eu tenho um... Eu gosto do que eu faço também, então...me construí em torno disso. Acho que isso faz com que eu tenha esse combustível, esse interesse pessoal, pra tá fazendo tudo isso. Não é uma... Não é só uma... Digamos, eu não sou workaholic, não tenho uma crise de ansiedade. Mas eu tenho esse... Esse engajamento por isso, assim. Eu acredito no que faço.

O entrevistado da ONG B, que há anos atua profissionalmente na área socioeducativa, reflete que a atividade de trabalho extrapola o âmbito do ofício propriamente dito, ao afirmar que há muita *dedicação e entrega* em sua *esfera pessoal* (6), assumindo certa distinção entre sua vivência profissional e sua vivência pessoal, e entendendo que esta segunda sofre a influência e o impacto da primeira, ao passo que a atividade de trabalho exige muito mais do que apenas o cumprimento das horas pré-estabelecidas. O destaque está no fato de que o trabalhador afirma *fazer isso porque acredita* (7), no caso *acreditar* diz respeito à *causa social* que a instituição suporta.

Apesar de discursos de forte inclinação progressista, é interessante observar que concepções ideológicas de viés político-partidário ou militante não são recorrentes na fala de nenhum dos entrevistados, muito em direção ao mesmo aspecto identificado na comunicação oficial das instituições, nos remetendo à concepção de Evelina Dagnino (2004) que aponta o conceito da “confluência perversa”³ existente entre o discurso hegemônico e o discurso do *social*, que de certa forma colabora para o esvaziamento do valor combativo das práticas dos movimentos e organizações sociais. Ou seja, a política hegemônica disseminada especialmente por organismos internacionais tais quais a ONU, com o intuito de domesticar as lutas políticas por mudanças econômicas e sociais, tem se mostrado bem-sucedida. As organizações sociais que se instituem para tratar do negócio da causa social têm alcançado sucesso, não em resolver os problemas sociais, mas em promover uma ideologia de dissimulação do embate dos diferentes interesses de classe que estão em jogo.

Considerações

Para Montaño, a concepção de um “terceiro setor”, como uma alternativa ao mercado e ao

² Dagnino aponta o início desse cenário no período de redemocratização brasileira, em grau similar na América Latina como um todo, quando os projetos político-culturais da democracia e do neoliberalismo disputavam espaço em um jogo discursivo que resultou no que denominou a confluência perversa, sendo que “[...] a perversidade estaria colocada, desde logo, no fato de que, apontando para direções opostas e até antagônicas, ambos os projetos requerem uma sociedade civil ativa e propositiva.” (2004, p. 197) Assim, integrando à visão de Montaño, a ideologia do “terceiro setor” carrega um sentido que favorece os interesses hegemônicos (o projeto neoliberal), porém seus promotores advêm das classes populares, intelectuais e militantes (o projeto da esquerda possibilista).

Estado, “[...] engloba uma *ideologia*, que apresenta conceitos, valores, interesses, de forma mistificada e mistificadora, para se constituir como ideologia hegemônica, aceita como algo natural e/ou desejável por todos [...]” (2014, p. 38), e parte de uma noção de cidadania que se dá no âmbito de uma sociedade civil organizada que se estabelece descolada do conflito de classes.

Durante a pesquisa, recorremos a autores que discutem a circulação de sentidos no que tange ao debate da *questão social*, fomentando ainda mais a reflexão sobre as condições de produção dos discursos, buscando evidenciar — na pesquisa empírica — as conexões, aproximações e afastamentos entre os enunciados das ONGs e de seus funcionários com a lógica que domina a forma de se pensar e de se fazer esse *trabalho social*. Buscamos promover associações que permitissem um maior entendimento da relação estabelecida entre determinada condição de produção de sentidos com as realidades instituídas no campo. Assim, a análise foi viável por um misto entre o que a literatura e o que a empiria apontaram.

Dentre os resultados, atestamos a multiplicidade de discursos subsumidos, em maior ou menor grau, às lógicas liberais e às práticas hegemônicas de trabalho no modelo capitalista. Os trabalhadores expressam satisfação, orgulho, respeito e consideração por seus espaços de trabalho e pelas iniciativas ali realizadas – em especial no que tange ao impacto para a *causa social*. Sem dúvida está claro que o projeto de instituição das ONGs não oferece uma ameaça ao capital – ao contrário, ele é peça essencial para seu funcionamento. Por outro lado, será que podemos assumir que esses espaços têm a capacidade de serem representativos de diferentes relações e sentidos de trabalho? A busca por mais horizontalidade; uma maior abertura para o diálogo entre diferentes áreas e níveis hierárquicos; um prazer em realizar as tarefas prescritas atrelado à receptividade da equipe para propor novos formatos e métodos foram sentidos enaltecidos, de uma forma ou de outra, em todos os relatos. Por fim, vemos que os entrevistados contam com anos de casa, o que corrobora com a visão de *satisfação* no trabalho.

Referências

- ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho:** Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. [2. ed. 10. reimpr. rev. e ampl.] São Paulo: Boitempo, 2009.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **O novo espírito do capitalismo.** São Paulo: Ed.WMF Martins Fontes, 2009.
- CAMARGO, C. Comunicação como causa social em organizações da sociedade civil. In.: FIGARO, R; GOMES, M. **Conexão pós:** diálogos e intersecções na pesquisa discente. São Paulo: ECA-USP, 2018.
- CASAQUI, V. A construção do papel do empreendedor social: mundos possíveis, discurso e o espírito do capitalismo. **Galaxia.** São Paulo, n.29, p. 44-56, jun. 2015.
- DAGNINO, E. Confluência perversa, deslocamento de sentido, crise discursiva. In: GRIMSON, A. (Org.) **La cultura en las crisis latinoamericanas.** Buenos Aires, CLACSO, 2004.
- DARDOT, P. LAVAL, C. **A nova razão do mundo:** ensaios sobre a sociedade neoliberal. São

Paulo: Boitempo, 2016.

FIGARO, R. Atividade de Comunicação e Trabalho. In: **Revista Trabalho, Educação e Saúde**. v. 6, n. 1, p. 107-145, mar./jun. 2008.

MONTAÑO, C. **Terceiro setor e questão social**: crítica ao padrão emergente de intervenção social. São Paulo: Cortez, 2002.

MONTAÑO, C. **O canto da sereia**: crítica à ideologia e aos projetos do “terceiro setor” (org). São Paulo: Cortez, 2014.

SCHWARTZ, Y; DURRIVE, L. (org.). **Trabalho e Ergologia**: conversas sobre a atividade humana. Niterói: EDUFF, 2007.

O desafio da observação no mundo do trabalho dos carregadores da CEAGESP¹

Jamir Osvaldo Kinoshita

Jornalista formado pela PUC-SP, com pós-graduação lato sensu em Gestão de Processos Comunicacionais pela ECA-USP. Consultor de comunicação especializado em gestão de crises e professor da Faculdade de São Paulo/UNIESP. É mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na ECA-USP, na área de concentração Teoria e Pesquisa em Comunicação, linha de pesquisa Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação, sob orientação da Profa. Dra. Roseli Figaro. Integrante do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da ECA-USP. E-mail: kinoshita.jamir@gmail.com.

Resumo: A importância do percurso metodológico nos estudos no campo da comunicação é o tema dessa apresentação, que mostra como o aporte científico foi determinante para a conclusão da pesquisa sobre o mundo do trabalho dos carregadores da CEAGESP. A opção por realizar uma pesquisa exploratória, a partir da observação de campo, propiciou entender como essa atividade braçal extremamente árdua, ao ser permeada pela comunicação, contribui para a formação identitária desses trabalhadores.

Palavras-chave: Observação. Carregadores. Comunicação. Trabalho. CEAGESP.

Introdução

O trabalho que apresentamos é o recorte de uma pesquisa maior, que analisa a imbricação da comunicação e do mundo do trabalho, tendo como objeto de estudo os carregadores autônomos que atuam na CEAGESP². Mais que isso, representa a explicitação do modelo metodológico adotado ao longo da investigação empreendida e o quanto a sua construção se demonstrou fundamental para alcançarmos nossos objetivos.

Desse modo, o intuito é discorrer acerca da importância dos procedimentos epistemológicos disponibilizados e aplicados em uma pesquisa que entende o binômio comunicação e trabalho na perspectiva da ontologia do ser social (FIGARO, 2009).

A menção no título à ideia de desafio pressupõe não os percalços ocorridos durante o processo

¹ 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.

² A Companhia de Entrepósto e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP) foi criada em 1969, a partir da fusão de duas empresas que pertenciam ao Governo do Estado de São Paulo: o Centro Estadual de Abastecimento S/A (Ceasa) e a Companhia de Armazéns Gerais de São Paulo (Cagesp). Ela passou a ser gerida pela União em 1997, estando ligada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

científico, que de fato aconteceram, mas sim as descobertas que emergiram na exploração de campo realizada, as quais nos permitiram trilhar um percurso metodologicamente seguro e coerente com o cotidiano laboral dos carregadores.

Preâmbulos

Antes de adentrarmos à discussão a que nos propusemos nesse trabalho, convém pontuarmos os cenários envolvidos na investigação. Inicialmente, vale reforçar que a CEAGESP é uma empresa federal que tem como atividades básicas a armazenagem de produtos alimentícios *in natura* e a entrepostagem (depósito ou venda de mercadorias), com foco no atacado. Para tanto, ela conta com 18 armazéns e 13 entrepostos espalhados pelo Estado de São Paulo.

Dentro dessa rede de unidades, a mais importante é a que está localizada na Vila Leopoldina, na zona oeste da capital paulista. Trata-se do Entreposto Terminal São Paulo (ETSP), que é a maior central de abastecimento da América Latina de frutas, legumes, verduras, flores, pescados e diversos (alho, batata, cebola, coco seco e ovos). Não raro, o espaço é tratado, erroneamente, pelo nome da estatal, o que se explica pelo fato de lá também ficar a sede administrativa da CEAGESP.

Justamente no ETSP é que encontramos os 3.800 carregadores, alvo de nosso estudo. A escolha por fixarmos nossa análise nos profissionais da central paulistana (há carregadores nos demais entrepostos) se deveu à importância do lugar, que recebe diariamente 50 mil pessoas e 12 mil veículos, e à sua proximidade geográfica ao pesquisador. Além disso, no lugar temos a sede do Sindicato dos Carregadores Autônomos em Centrais de Abastecimento do Estado de São Paulo (Sindicar).

A entidade sindical exerce um papel de destaque, já que é ela quem administra, inicialmente, a entrada de novos profissionais interessados em trabalhar no carregamento interno de mercadorias.

Todos os carregadores são vinculados ao Sindicar, que cobra mensalidade para que eles possam guardar, em um galpão de 200 m², seu principal instrumento de trabalho, que são os carinhos de madeira, capazes de suportar até 300 quilos de carga. Do total de trabalhadores, 2 mil são filiados ao sindicato, o que lhes garante, entre outros benefícios, atendimento odontológico local com desconto no valor do tratamento. É a instituição ainda que atua (no boca a boca) como principal elo de informação sobre a CEAGESP para a categoria.

Mas por que estudar os carregadores?

A investigação em questão é fruto da observação prática do pesquisador, que trabalhou na Coordenadoria de Comunicação e Marketing da companhia federal, ocasião em que travou contato diretamente com o cotidiano dos carregadores. Isso possibilitou constatar como esses profissionais desempenham uma função que extrapola a atividade braçal, árdua e cansativa, e que tem uma dimensão social e política primordial, muitas vezes não percebida por eles na interlocução estabelecida com os diversos públicos do ETSP.

A partir de levantamento preliminar sobre textos acadêmicos, notamos a originalidade do estu-

do, uma vez que localizamos a incidência de conteúdos que referenciam a CEAGESP exclusivamente pelo viés das mercadorias que circulam pelos entrepostos e armazéns. A única pesquisa existente sobre os carregadores retrata sua ação no mercado paulistano por um panorama marcado por um forte fluxo migratório (GOMES, 2007), foco bem diferente ao que nos propusemos.

Daí que o problema que nos levou a empreender a pesquisa foi a busca por fundamentações empíricas que pudessem embasar, com maior e melhor propriedade, a relevância e o *modus operandi* do trabalho dos carregadores, que víamos de maneira meramente prática quando de nossa passagem pela CEAGESP.

Soma-se a isso outra questão que também passou a nos intrigar: partindo da perspectiva de que “[...] as representações sociais são uma forma de conhecimento prático, socialmente construído para dar sentido à realidade da vida cotidiana [...]” (MACHIN; COUTO; ROSSI, 2009, p. 641), cabe indagar em que medida a comunicação se relaciona com o trabalho, contribuindo para a formação identitária desses profissionais, de modo que eles se reconheçam como trabalhadores à frente de um serviço importante.

Dessa conjuntura decorreu o objetivo geral da investigação, que foi compreender, *stricto sensu*, como ocorre a imbricação entre a comunicação e o mundo do trabalho no dia a dia dos carregadores autônomos que atuam no ETSP da CEAGESP. A decisão ganhou mais enlevo ainda ao verificarmos que a norma interna da empresa prevê que somente eles podem realizar a movimentação de mercadorias dentro dos entrepostos.

O cuidado epistemológico

Uma vez apresentados a justificativa e o objetivo de nosso estudo, passamos agora a explicitar metodologicamente o motivo que nos embasou a desenvolver o trabalho que ora apresentamos, o qual é resultado direto do que aferimos na pesquisa exploratória que realizamos. Relevante pontuar que a compreensão do ordenamento dos três cenários listados anteriormente foi essencial para chegarmos ao *locus* da atividade laboral dos carregadores.

Nesse sentido, urge apontar o cuidado que tivemos com a crítica, notória até em certas circunstâncias, que envolve a investigação científica no campo da comunicação, advinda de outras áreas de conhecimento justamente pela falta de problematização da prática da pesquisa.

Dessa situação resultaram dois procedimentos, a começar pelo aprofundamento sobre as características do discurso científico, “[...] uma vez que pouco se ganha se não pudermos perceber com maior clareza os problemas particulares ou internos que dizem respeito à produção do conhecimento nesse campo das Ciências Sociais, em especial aos problemas metodológicos.” (LOPES, 2001, p. 89)

O outro ponto a que nos ativemos foi a devida atenção à reflexão epistemológica que, ao se desenvolver internamente à lógica da pesquisa que efetivamos, encarregou-se de renovar, continuamente, as operações das quais lançamos mão e que asseguraram a científicidade da própria prática empregada (LOPES, 2001, p. 121).

A acuidade que tivemos em nosso estudo pode ser medida pela nossa opção por seguir a diretriz de Pierre Bourdieu (1998), que aponta ser necessário o trabalho de campo deixar ao máximo invisível a figura do cientista enquanto intervenção viciada de uma suposta observação científica.

O sociólogo pode obter do pesquisado mais distanciado de si socialmente que ele se sinta legitimado a ser o que ele é se ele sabe se manifestar, pelo tom e especialmente pelo conteúdo de suas perguntas as quais, sem fingir anular a distância social que o separa de si (diferente da visão populista que tem como ponto cego seu próprio ponto de vista), ele é capaz de se colocar em seu lugar em pensamento. (BOURDIEU, 1998, p. 699)

Tal postura refletiu-se diretamente na decisão de não identificarmos, junto a determinados interlocutores, a nossa passagem profissional pela CEAGESP. A finalidade foi evitar ao máximo o estabelecimento de uma postura próxima a dados e visões já pré-concebidos, que pudessem conferir uma pretensa (e falsa) autenticidade aos fatos levantados empiricamente.

A medida não significou que deixamos de lado noções adquiridas na prática em favor de uma imersão no trabalho científico. Afinal, “[...] a prática não necessariamente precisa estar dissociada da teoria, ou seja, teoria e prática podem andar juntas servindo como complemento uma da outra.” (ISER, 2006, p. 193) No estudo, representou tão somente um zelo maior quanto ao significado do papel social da investigação em questão.

Assim, mantivemos sigilo nos contatos estabelecidos com as direções do Sindicato dos Permissionários em Centrais de Abastecimento de Alimentos do Estado de São Paulo (Sincaesp) e do Departamento de Entreponto da Capital (DEPEC), que gerencia o ETSP e representa a voz oficial da estatal. A exceção, além do Sindicar, foi a Coordenadoria de Comunicação e Marketing, cujos integrantes já conheciam o pesquisador e a quem recorremos para obter autorização formal de acesso aos espaços visitados em nossas observações.

O percurso metodológico

O pontapé inicial ao trabalho foi uma reunião presencial, em março de 2017, com um dos principais dirigentes do Sindicar, com o objetivo de apresentar a investigação envolvendo os profissionais do entreposto paulistano. Na semana seguinte, ainda no mesmo mês, como decorrência dessa primeira agenda, tivemos um encontro ampliado com a participação do presidente da entidade sindical e de outros diretores, quando conseguimos formalizar a autorização e a colaboração do sindicato em nossa pesquisa, o que se mostrou um facilitador na interlocução junto aos carregadores.

O passo seguinte consistiu em uma entrevista, devidamente gravada, com um integrante da diretoria designado para passar dados mais gerais e outros específicos acerca da esfera de trabalho da categoria e da própria entidade. Algo significativo que levantamos, e que já merece ser salientado, é que praticamente todos os diretores, além de darem expediente no sindicato, ainda atuam no carregamento de mercadorias no ETSP.

De imediato, tiramos como resultado dessa conversa duas decisões de ordenamento metodológico. Primeiramente, a não utilização de questionário impresso para gerar um *corpus* de dados sobre os carregadores, que não se sentem confortáveis em responder material desse tipo por uma série de dificuldades, que vão desde a desconfiança de que as informações escritas possam ser usadas com outra intenção, inclusive pela CEAGESP (há um quadro histórico de desconforto na relação com a direção da empresa federal), passando pela falta de tempo para se dedicarem a essa tarefa, até à dificuldade que muitos dos trabalhadores poderiam ter em relação à compreensão das perguntas.

O segundo ponto aferido foi a necessidade de se promover uma observação de campo da categoria, baseada nos tipos de mercadorias transportadas, seguindo especificação passada pelo nosso entrevistado: flores, pescado e hortifrutícolas. A explicação é que há uma maneira

específica para lidar com cada um desses gêneros, o que é feito de um jeito sistematicamente prático e, muitas vezes, sem a devida percepção por parte do próprio carregador. Por sinal, isso pode se tornar um diferencial na hora de se escolher um profissional, e não outro, para o carregamento de mercadorias.

Enfim, a observação de campo

A observação de campo que realizamos dividiu-se em duas etapas distintas. A primeira, de caráter mais geral, começou no segundo semestre de 2017, sendo mais intensificada no início de 2018. A outra, que consistiu no acompanhamento mais específico da rotina de trabalho de dois profissionais que carregam, respectivamente, flores e pescados, ocorreu na primeira semana de fevereiro de 2019. As visitas iniciais se deram sem aviso prévio à direção da estatal. Já as demais contaram sempre com o conhecimento e autorização formal da companhia.

Em todas as ocasiões, o pesquisador fez registros de imagens fotográficas, de maneira discreta, que demonstram a dinâmica dos espaços de comercialização e o cotidiano da atividade laboral dos carregadores. Procurou-se também ouvir, de forma indireta, os comentários dos próprios trabalhadores acerca de sua profissão – tudo organizadamente anotado em diário de campo próprio.

Além de registrar situações e questões nem sempre apreendidas pela memória, o diário pode revelar, em um outro momento, caminhos preciosos. Ele também é um recurso importante para registrar formas de comunicação, que instrumentos tecnológicos nem sempre captam: as emoções, as sensações, os comportamentos kinésicos, e traz para a pesquisa dimensões vitais e, muitas vezes, negadas pelo saber científico (MARIN, 2006, p. 86).

Ainda no primeiro semestre de 2017, solicitamos formalmente, por telefone e e-mail, informações e entrevistas com o Sincaesp e o DEPEC, ambas negadas. Mantivemos oito contatos, de abril a junho, com a direção dos permissionários, e 13, no mesmo período, com o departamento que gerencia o ETSP. Os dois posicionamentos, somados ao temor de ficarmos restritos exclusivamente à visão do Sindicar, reforçaram a necessidade da observação de campo para a realização de uma pesquisa exploratória:

(...) a pesquisa exploratória é um movimento fundamental. A aproximação empírica ao fenômeno estudado permite divisar especificidades do que se investiga, o que traz desdobramentos em termos do refinamento/redefinição do problema, de tensionamento das proposições teóricas e de sua delicada construção para a especificidade do problema investigado. Esse procedimento também possibilita gerar elementos para embasar as opções referentes à amostragem da pesquisa e à definição por procedimentos de coleta de dados. (BONIN, 2006, p. 28)

Com base nessa observação *in loco* do ofício cotidiano dos carregadores é que conseguimos estabelecer critérios para o desenvolvimento da pesquisa. Tal método serviu para sistematizar e, por vezes, reordenar nossos passos. Como consequência, decidimos não incluir os trabalhadores dos setores de legumes, verduras e frutas.

A opção resultou de visita que fizemos para acompanhar essa atividade específica. Como a

operação de compra e venda de hortifrutícolas acontece no período diurno, quando o fluxo de pessoas e veículos é bem intenso, percebemos a dificuldade para acompanhar o deslocamento de tais carregadores, devido à falta de segurança na locomoção, inclusive para registro de imagens fotográficas. Daí termos delimitado nossa observação às flores e ao pescado, cujas comercializações ocorrem de madrugada.

[...] as incursões exploratórias permitem obter dados que ajudam a construir e a fundamentar a opção por tal amostra/corpus; possibilitam experimentar e mesmo testar a adequação de procedimentos e de técnicas de coleta de dados na concretude do objeto empírico, dando sustentação a redesenhos de procedimentos e a invenções metodológicas que atendam aos requerimentos do objeto/problema [...] (BONIN, 2006, pp. 36-37)

Durante as primeiras observações, havíamos cogitado promover conversas informais com os carregadores para se dispor de dados mais concretos, sem aprofundamentos epistemológicos, mas que já garantissem material para a entrevista em profundidade que promovemos. Reordenamos essa ideia por termos verificado, em visitas posteriores, o quanto difícil é fazer esse tipo de abordagem, dado o fato de que os profissionais têm sua atenção toda voltada a conseguirem obter a maior quantidade possível de carregamentos ao longo do período que dura a comercialização das mercadorias.

Na Feira de Flores, costumam atuar com maior frequência os profissionais mais idosos, que demonstram melhor delicadeza para lidar com esse tipo de mercadoria. Soma-se a isso também o fato de o peso transportado ser mais leve do que a locomoção convencional de hortifrutícolas:

Na Feira de Flores trabalham as pessoas mais idosas. Por quê? Porque tem gente que é mais idoso e não vai aguentar descarregar um caminhão de laranjas. Ele não vai aguentar descarregar um caminhão de batatas. Chega um tempo que ele faz aquele que é mais em conta³.

As imagens a seguir ilustram um pouco do que é essa atividade.

Figura 1



Fonte: do autor.

³ Informação passada pelo diretor do Sindicar em entrevista aprofundada.

Figura 2



Fonte: do autor.

Em relação ao pescado, a escolha se deu justamente pelo tipo de carregamento, que demanda cuidado extremo e muita força física, pois os peixes e frutos do mar são levados em grandes quantidades e em enormes vasilhas de plástico ou de isopor abertas e cobertas muitas vezes com gelo:

[...] a diferença do peixe é que é mais demorado. Você vai no caminhão, pega a caixa vazia, 25 caixas, traz para o peixe, vai andar com elas, virar o peixe na caixa e levar para o caminhão. Quando não tem a caixa, você vai carregar, você vai circular na praça, carregar, levar para o portão e lá vai esperar ou vai buscar a caixa no caminhão e vai virar a caixa com o peixe. Demora mais de uma hora⁴.

Os registros fotográficos que fizemos mostram a dinâmica desse carregamento.

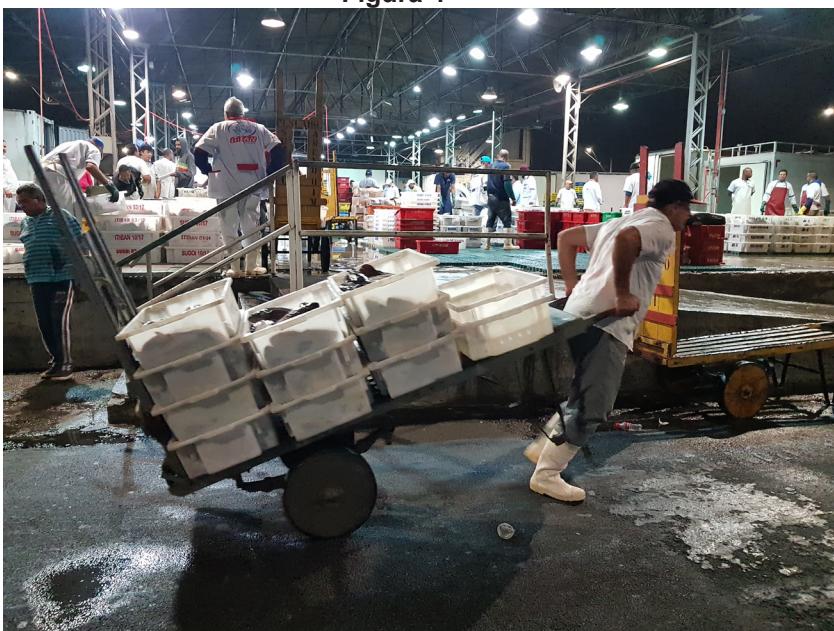
Figura 3



Fonte: do autor.

⁴ Passagem extraída da entrevista aprofundada com o representante do Sindicar.

Figura 4



Fonte: do autor.

A tabela que montamos dá uma noção de como foram as observações de campo.

DATA	LOCAL VISITADO	ATIVIDADE	CONSIDERAÇÕES
20/21 de julho de 2017	Feira de Flores ⁵	Observação de campo	Registros de imagens e em caderno de anotação
22/23 de janeiro de 2018	Feira de Flores	Observação de campo	Registros de imagens e em caderno de anotação
26 de janeiro de 2018	Pátio do Pescado ⁶	Observação de campo	Registros de imagens e em caderno de anotação
29 de janeiro de 2018	Pátio do Pescado	Observação de campo	Registros de imagens e em caderno de anotação
6 de fevereiro de 2018	Pátio do Pescado	Observação de campo	Registros de imagens e em caderno de anotação
28 de fevereiro de 2018	Hortifrutícolas	Observação de campo	Registros de imagens e em caderno de anotação
1/2 de março de 2018	Feira de Flores	Observação de campo	Registros de imagens e em caderno de anotação
4/ 5 de fevereiro de 2019	Feira de Flores	Observação de campo específica	Registro de imagens e caderno de anotação
7 de fevereiro de 2019	Pátio do Pescado	Observação de campo específica	Registro de imagens e caderno de anotação

Fonte: do autor.

⁵ A Feira de Flores ocorre às terças e sextas-feiras, das 0h às 9h30, ou seja, de segunda para terça-feira e de quinta para sexta-feira.

⁶ A comercialização de peixes e frutos do mar acontece de terça a sábado, das 2h às 6h.

Importante destacar que nas duas observações de campo específicas, os trabalhadores foram selecionados com auxílio do Sindicar. A escolha foi aleatória, com base na indicação de trabalhadores que estavam no galpão do sindicato. A abordagem, a partir daí, ficou a cargo do pesquisador, que explicou o intuito da ação desenvolvida.

Cumpre salientar que procedemos também à avaliação dos registros fotográficos obtidos na observação. A utilização das imagens como polo de análise teve como parâmetro o fato de que elas trazem em si a representação simbólica de um determinado assunto (KOSSOY, 1980, p. 30):

[...] uma fotografia original não é apenas uma imagem e sim um objeto-imagem, o qual pode fornecer, além do inventário de informações visuais que compõem o conteúdo da imagem fotográfica, uma série de informações escritas (manuscritas e impressas) que geralmente dizem respeito ao conteúdo, podendo trazer alguma luz ao mesmo, bem como, à autoria da representação [...]

O último passo consistiu na realização de entrevistas em profundidade com cada um dos profissionais destacados. Essas conversas, assim como as duas que mantivemos com o diretor da entidade sindical, ocorreram na sede da instituição, seguindo uma combinação entre os formatos clínica e centrada, sendo devidamente transcritas para a análise empírica dos discursos, que ajudaram a fundamentar epistemologicamente o estudo.

Na ocasião das conversas travadas com os profissionais observados, exibimos as imagens deles feitas por nós acerca de sua atividade laboral, de modo a verificar se eles se reconheciam enquanto trabalhadores e aferir as suas reações ao se verem retratados imageticamente.

Convém pontuar que a análise das entrevistas colocou em evidência os discursos proferidos nesse mundo do trabalho, propiciando compreender a significância assumida pela comunicação nas relações que os carregadores mantêm com os demais interlocutores do entreposto paulista. Afinal, “[...] os discursos são inseparáveis de seu contexto de produção e de enunciação [...]” (POUPART, 2008, p. 244), o que demonstra a necessidade de se apreender como aparecem as “[...] condições de produção do discurso [...]” (POUPART, 2008, p. 244) Isso nos permitiu desvendar o papel social que os carregadores assumem na própria estrutura empresarial da CEAGESP.

Considerações finais

O exercício da observação de campo, nesse trabalho que apresentamos, representou o elo crucial para o andamento e a finalização adequada da pesquisa empírica sobre a imbricação entre a comunicação e o mundo do trabalho dos carregadores da CEAGESP. Fazemos jus à seguinte explicação dada por Lopes:

As técnicas de pesquisa são instrumentos por meio dos quais são obtidas ou coletadas as informações ou dados brutos da pesquisa. Elas são propriamente técnicas de observação ou de investigação (questionário, entrevista, história de vida etc.), no que se diferenciam das técnicas de análise (tabulação e classificação) que lhes sucedem [...] Uma vez escolhidas, as técnicas conferem um significado epistemológico ao tratamento do objeto e um significado teórico aos problemas que se apresentam ao objeto. (LOPES, 2001, pp. 146-147)

Ficou patente a nós que a escolha pela exploração de campo realizada possibilitou que depre-

endêssemos melhor o significado do aporte epistemológico em uma pesquisa de comunicação como a nossa.

Entre outros pontos, evidenciamos a necessidade do saber e fazer metodológico, o exercício da vigilância epistemológica ou da crítica do conhecimento do que se está produzindo, a precisão dos questionamentos aos obstáculos no tocante à metodologia que se apresentam no processo de investigação, além das opções e decisões que caracterizam esse trabalho e o atrelam à responsabilidade científica do pesquisador (LOPES, 2001, pp. 159-161).

A discussão sobre o percurso metodológico a que nos propusemos nessa apresentação deixa claro que mais do que os desafios, como mencionamos no título e até comentamos ao longo do artigo, são os avanços epistemológicos, advindos da prática sistemática da pesquisa, que nos permitem perfazer uma trajetória científica adequada ao nosso objeto de estudo.

Referências

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação – Olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BOURDIEU, Pierre. Compreender. In: BOURDIEU, Pierre (coord.). **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 1998.

FIGARO, Roseli. Atividade de comunicação e trabalho. **Revista Trabalho, Educação e Saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, v. 6, n. 1, 2008.

GOMES, Sueli de Castro. **O território de trabalho dos carregadores piauienses no Terminal da CEAGESP: modernização, mobilização e a imigração**. São Paulo, 2007. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas — Universidade de São Paulo.

ISER, Fabiana. Pesquisa exploratória: a relevância da aproximação empírica para as definições da pesquisa. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação – Olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

KOSSOY, Boris. **A fotografia como fonte histórica**: introdução à pesquisa e interpretação das imagens do passado. São Paulo: Museu da Indústria, Comércio e Tecnologia de São Paulo, Coleção Museu & Técnicas, n. 4, 1980.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 5. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

MACHIN, Rosana; COUTO, Márcia Thereza; ROSSI, Cintia Cristina Silva. Representações de trabalhadores portuários de Santos-SP sobre a relação trabalho-saúde. **Revista Saúde e Sociedade**. São Paulo, v. 18, n. 4, 2009.

MARIN, Elizara Carolina. O ofício da pesquisa: processos do fazer. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de pesquisa em comunicação – Olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa – Enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008.

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

Relacionamento como estratégia de comunicação para fundadoras de startups¹

Juliana Aparecida Galdino Gomes Wruck

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), na linha de pesquisa Interfaces Sociais da Comunicação. A orientação está sob a responsabilidade da professora doutora Maria Aparecida Ferrari. É graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e pós-graduada em Propaganda e Marketing. Membro do grupo de pesquisa em Estudos em Diversidade e Interculturalidade - Diculf. E-mail: julianawruck@gmail.com.

Resumo: A pesquisa propõe relacionar como mulheres à frente de *startups* brasileiras entendem o relacionamento com públicos de interesse à luz de quatro indicadores de qualidade de relacionamento, de Grunig e Hon (1999). Literaturas sobre relações de trabalho e gênero, empreendedorismo feminino e comunicação excelente darão sustentação às análises de resultados. Para este estudo, será adotado o método exploratório-descritivo com técnicas quantitativas e qualitativas.

Palavras-chave: Relações de trabalho e gênero. Empreendedorismo feminino. Comunicação. Relações Públicas. Relacionamento com públicos.

Introdução

A sociedade contemporânea se apresenta para as organizações como um ambiente permeado de vulnerabilidades (MANUCCI, 2008; FERRARI, 2011), frutos de transformações nos campos político, econômico, social e tecnológico (CASTELLS, 2000; BAUMAN, 2000). É o chamado mundo VUCA² (acrônimo que, em português, significa volátil, incerto, complexo e ambíguo). Todas essas transformações demandam novas reflexões sobre a comunicação no âmbito organizacional. O fato é que a globalização intensificou a concorrência e, consequentemente, o processo de relacionamento que diferentes organizações, em todo o mundo, estão construindo com os seus diversos públicos (COUTINHO; FERRAZ, 1994).

Nesse contexto, figuram também as micro e pequenas empresas comandadas por mulheres, um movimento que cresce e que se fortalece de forma significativa no Brasil. As mulheres que lideram *startups* estão nesse grupo extremamente diverso das mulheres à frente de seus próprios negócios. Esse tipo de empresa nasce de ideias de empreendedores (TOLEDO, 2012) num con-

¹ O presente trabalho foi realizado da agência de financiamento CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

² VUCA é um termo que teve origem no ambiente militar norte-americano na década de 80 do século XX. Está relacionado à situação dos soldados no front da guerra (RAGHURAMAPATRUNI; KOSURI, 2017 apud PARADELA; GOMES, 2018).

texto criativo e inovador, tendo por objetivo solucionar um problema, utilizando um modelo de negócio que seja rentável e escalável, e em condições de extrema incerteza (BLANK; RIES, 2012).

Porém, os dados secundários (SEBRAE, 2014; DIEESE, 2015; GEM, 2016) revelam que disparidades como diferença salarial e segregação ocupacional, encontradas entre homens e mulheres no mercado de trabalho convencional, também estão presentes no contexto do empreendedorismo feminino.

Em um contexto contemporâneo do trabalho que prevê grande impacto negativo para a mulher (Fórum Econômico Mundial 2016), este texto é um relato do andamento da pesquisa após sua qualificação, realizada em 10 de julho de 2017, que propõe explorar as práticas de comunicação realizadas pelas fundadoras de *startups*. Assim, além da consolidação dos capítulos teóricos, iniciou-se a pesquisa em si, constituída por duas fases distintas. Ao longo do texto são descritos o objeto da pesquisa, sua justificativa, seus objetivos, a metodologia aplicada, a fundamentação teórica e os resultados preliminares da primeira fase da pesquisa de campo.

Objeto

O objeto de estudo é a relação que a mulher fundadora de *startups* brasileiras estabelece com seus públicos de interesse e o uso da comunicação para garantir a existência de seu negócio. As *startups*³ são um tipo de empresa que, para solucionar um problema, utilizam modelo de negócio que seja rentável e escalável, e em condições de extrema incerteza.

Segundo a Associação Brasileira de Startups, *startup* é um momento na vida de uma empresa em que uma equipe multidisciplinar busca desenvolver um produto/serviço inovador, de base tecnológica, que tenha um modelo de negócio facilmente replicado e possível de escalar sem aumento proporcional dos seus custos.

Justificativa

Os dados confirmam um fato: o tempo passa, mas as desigualdades entre homens e mulheres no mercado de trabalho brasileiro persistem (SEBRAE, 2014; DIEESE, 2015; GEM 2016). A relação da mulher com o mercado de trabalho tem uma história marcada por desigualdades como segregação ocupacional e diferenças salariais (BRUSCHINI; LOMBARDI, 2000; HIRATA; KEGOAT, 2007; KERGOAT, 2009; SOUZA-LOBO, 2011; BIDERMAN; GUIMARÃES, 2004). É um paradoxo entender como as mulheres têm hoje mais oportunidades de estudar e, por conta disso, têm mais espaço no mercado de trabalho, porém, as disparidades entre homens e mulheres se mantêm resistentes e continuam desafiando a sociedade brasileira (ALVES; CAVENAGHI; CARVALHO; SOARES, 2017 apud BLAY; AVELAR, 2017).

Nesse cenário repleto de obstáculos, as mulheres brasileiras buscam por novos caminhos de independência econômica e o empreendedorismo feminino é um dos exemplos que vêm ganhando força nos últimos anos (SEBRAE, 2014; DIEESE, 2015; GEM 2016).

Em 2017, 51% dos empreendimentos iniciais contavam com uma mulher à sua frente (GEM

³ O surgimento do conceito de startups se deu por volta dos anos 90 nos Estados Unidos, durante o período conhecido como “a bolha da internet.” (VERSIGNASSI, 2015)

- *Global Entrepreneurship Monitor*⁴ - 2017). Mas assim como no mercado de trabalho convencional, no empreendedorismo as mulheres estudam mais, trabalham mais, mas, numa comparação entre gêneros no Brasil, elas estão longe, por exemplo, de conquistar a equiparação de ganhos dos homens (SEBRAE, 2014; DIEESE, 2015; GEM 2016).

A relação da mulher com o mercado de trabalho tem sido objeto de estudo de diversas áreas do conhecimento como a psicologia, a sociologia, a antropologia, a administração, entre outras. Mas a comunicação, mesmo diante de dados e fatos tão expressivos, não tem demonstrado interesse significativo pelas pequenas empreendedoras. Em uma busca, por meio de 13 palavras-chave da área de conhecimento comunicação, pelo banco⁵ de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) em setembro de 2018, não foi localizada, por exemplo, nenhuma pesquisa com foco no empreendedorismo feminino fazendo a intersecção com a comunicação.

A globalização e as inovações tecnológicas estão promovendo mudanças econômicas profundas (SCHAUFELI, 2017; CASTELLS, 2000; BAUMAN, 2000). Estima-se que 65% das crianças que entram na escola hoje provavelmente trabalharão em funções que atualmente não existem⁶. O ponto condutor central para muitas dessas transformações é o avanço da tecnologia, como a inteligência artificial, a impressão 3D, a robótica e a produção com utilização sustentável dos recursos⁷.

O Fórum Econômico Mundial⁸ (*World Economic Forum – WEF*) realizado em Davos em 2016 projetou uma perda de mais de 5 milhões de empregos até 2020, em 15 das economias do mundo, devido à expansão das tecnologias no setor produtivo e isso representa 65% da força de trabalho global. Sobre o futuro do trabalho, a matemática do relatório é a seguinte: a mulher perderá cinco empregos para ganhar um, enquanto os homens perderão três para ganhar um.

Acredita-se que a comunicação pode contribuir para a efetividade do negócio de pequenas empreendedoras brasileiras, principalmente na construção de vínculos ou relacionamentos de longo prazo. Indira Gandhi (1917-1984), primeira ministra da Índia, disse certa vez que “[...] a liderança um dia teve a ver com força, mas hoje tem a ver com o relacionamento entre as pessoas.” Essa ideia de elo, de conexão ou de vínculos retrata de forma muito clara a realidade das organizações no mercado competitivo e estruturado pela intensidade da globalização no século XXI. A contribuição da comunicação deve permear o entendimento de que é necessário relacionar-se com os parceiros, públicos, clientes e consumidores para que seja possível o diálogo e

⁴ Global Entrepreneurship Monitor 2016 - Empreendedorismo no Brasil 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>. Acesso em 14 nov. 2017.

⁵ É um sistema de busca bibliográfica, que reúne registros desde 1987 de todas as dissertações e teses defendidas nos programas de pós-graduação do Brasil.

⁶ The Future of Job Report 2016 from World Economic Forum.

⁷ Artigo intitulado “Como a tecnologia mudará o futuro do trabalho”, publicado no site O futuro das coisas. Disponível em: <http://ofuturodascoisas.com/como-a-tecnologia-mudara-o-futuro-do-trabalho/>. Acesso em 24 nov. 2017.

⁸ Comunicado à imprensa do World Economic Forum Five Million Jobs by 2020: The Real Challenge of the Fourth Industrial Revolution. Disponível em: <https://www.weforum.org/press/2016/01/fivemillionjobsby2020therrealchallengeofthefourthindustrial-revolution>. Acesso em 21 mar. 2017.

que se estabeleça uma relação de confiança, condição *sine qua non* para o desenvolvimento de qualquer negócio.

Ao integrar com a comunicação dois temas emergentes que são o empreendedorismo feminino e o relacionamento (vínculos duradouros entre as organizações e seus públicos de interesse), propõe-se uma abordagem que poderá colaborar para a obtenção de resultados significativos e de fortalecimento para as pesquisas e as práticas em Relações Públicas/comunicação.

Objetivo geral

- Relacionar como as *startups* brasileiras comandadas por mulheres entendem o relacionamento com públicos à luz de quatro indicadores de qualidade de relacionamento de Grunig e Hon (1999).

Objetivos específicos

- Entender como esse tipo de empresa se relaciona com seus públicos de interesse a partir de vivências no contexto das *startups* brasileiras;
- Identificar as mulheres empreendedoras entendem cada um dos quatro indicadores de qualidade de relacionamento com públicos, de Grunig e Hon (1999);
- Compreender se as mulheres empreendedoras consideram que as estratégicas de comunicação podem ser efetivas para a efetividade e a longevidade do negócio.

Metodologia

O método da pesquisa contemplará uma abordagem mista: quantitativa e qualitativa (CRESWELL, 2007) e recorrerá ao uso de delineamento descritivo-exploratório, sendo divididas em duas fases (GIL, 1991; SOLOMON, 1996).

A primeira fase trata-se do levantamento e definição da amostra. A amostra foi construída segundo técnica não probabilística, por acessibilidade ou acidental (MATTAR, 1999), uma vez que foi formada por empreendedoras/fundadoras de *startups* brasileiras que se dispuseram a participar da pesquisa. A técnica utilizada também teve como objetivo identificar o perfil e entender quais critérios seriam utilizados para a escolha das empreendedoras fundadoras que farão parte da segunda fase da pesquisa. Para isso, foi aplicado um questionário *online* com perguntas fechadas e abertas a fim de conhecer o contexto desse tipo de empreendedora bem como seu entendimento sobre o que é a comunicação e o relacionamento com públicos.

Na segunda etapa, será desenvolvida uma pesquisa qualitativa com o objetivo de relacionar o entendimento sobre relacionamento com públicos das fundadoras, à luz dos quatro indicadores de qualidade de relacionamento de Grunig e Hon (1999).

A pesquisa qualitativa foi adotada para esse estudo, pois identifica a “[...] complexidade de fenômenos, fatos e processos particulares e específicos de grupos mais ou menos delimitados em extensão e capazes de serem abrangidos intensamente.” (MINAYO e SANCHES, 1993, p. 247)

O instrumento a ser adotado nesta fase será a entrevista baseada em roteiro semiestruturado. O questionário semiestruturado será aplicado a um grupo menor, selecionado da amostra

não-probabilística levantada na fase 1 deste estudo, formada por pequenas empreendedoras que se dispuseram a participar da segunda fase desta pesquisa. Para análise das informações levantadas, será utilizada a análise de conteúdo segundo o que preconizam autores como Bardin (1988) e Flick (2004).

Fundamentação teórica

A literatura especializada utilizada para referenciar o quatro teórico da dissertação está composta de dois grupos temáticos: o relacionamento com públicos como estratégia de comunicação e relações de trabalho e gênero, sendo este último subdividido entre o contexto brasileiro da mulher no mercado de trabalho e as características do empreendedorismo feminino.

No primeiro grupo temático, base do primeiro capítulo da dissertação, estão contempladas importantes obras e autores de referência nacional e internacional sobre comportamento organizacional e comunicação, com foco no relacionamento entre as organizações e seus públicos de interesse. O capítulo inicia-se discorrendo sobre os conceitos de organização e públicos com o objetivo de contribuir para o entendimento sobre relacionamento organizacional. Para tratar do conceito de organização, recorreu-se a autores como Schein (1980), Daft (2001), Morgan (2005 e 2006), Chiavenato (2014) entre outros.

Autores como J. Grunig e Hunt (1984), Simões (1995) e França (2011) ajudam a embasar o conceito de público. Para discorrer sobre o relacionamento organizacional e toda a sua complexidade foram utilizados os pontos de vistas de autores como Daft (2014) e Chiavenato (2014). A interação entre o relacionamento organizacional e a comunicação foi abordada por meio de autores como J. Grunig e Hon (1999), Simões (1995, 2001), França (2008), Deetz (2010), Marques e Mafra (2013), Ferrari (2006, 2011) e Kunsch (2014).

Para o segundo capítulo, o desafio foi alinhar as teorias e as estatísticas para entender tanto o contexto de mulher no mercado de trabalho quanto o empreendedorismo feminino. Dessa forma, as referências partem do entendimento sobre os diferentes papéis que a mulher assume na sociedade, principalmente no mundo do trabalho. Para essa articulação, recorri a autores como Hirata e Kergoat (2007), Cristina Bruschini (2000; 2006), Hirata (2015) e Alves, Cavenaghi, Carvalho e Soares (2017).

Para entender o gap da mulher no mercado de trabalho e seu impacto foi necessário recorrer a dados secundários, provenientes de levantamento de dados de órgãos oficiais e institutos de pesquisa, como foi o caso do World Employment and Social Outlook: Trends for Women 2017 (um relatório do International Labour Office), The Global Gender Gap Index 2015 (um relatório do Fórum Econômico Mundial), How advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth (pesquisa realizada pelo McKinsey Global Institute) e a pesquisa Brasileiras, como elas são mudando o rumo do país (levantamento, realizado pelo jornal El País, da Espanha, em parceria com Instituto de Pesquisa Locomotiva).

Para apresentar o empreendedorismo feminino, entender o crescimento desse movimento, tanto no cenário global quanto no nacional, foi necessário mesclar dados secundários e alguns

autores. Nesse capítulo também procurou-se entender quais foram as mudanças que ocorreram no intervalo de tempo de mais de dez anos no cenário do empreendedorismo no Brasil, comparando homens e mulheres. Para obtenção dos dados secundários, foram utilizados os seguintes relatórios: Global Entrepreneurship Monitor 2016 - Empreendedorismo no Brasil, Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017 Report on Women's Entrepreneurship, Os Donos do Negócio no Brasil: análise por sexo de 2001 a 2014. Entre os autores pesquisados para contribuírem com a teoria estão Orhan (2005), Capowski (1992) e Taylor e Newcomer (2005).

O capítulo seguinte explica os procedimentos metodológicos adotados neste trabalho, que resgata autores consagrados como Gil (1991), Minayo e Sanches (1993), Solomon (1996) e Bardin (1988) e apresenta autores como Flick (2004), Fonseca Jr. (2005) e Creswell (2007). O tópico traz detalhes dos procedimentos metodológicos sobre pesquisa mista (quantitativa e qualitativa), explicando desde o desenvolvimento da pesquisa tipo *survey* com questionário *online* (já aplicado) até o roteiro de um trabalho baseado em análise de conteúdo com entrevistas semiestruturadas, que constituirá a segunda fase da pesquisa.

Resultados preliminares

Com relação ao entendimento da fundadora de *startup* sobre o que é a comunicação, o levantamento da primeira fase apontou que 37% delas demonstraram entender a definição conceitual da atividade de comunicação em uma empresa. Para elas, a comunicação em uma empresa é um conjunto amplo de ações que precisam estar alinhadas com a estratégia do negócio, que envolve escuta do público, criação de confiança e de engajamento. Para essas fundadoras, a comunicação deve, por exemplo, ser fluída, empática, transparente, frequente e de responsabilidade de todos. Porém, 33% sinalizaram que embora acreditem que a comunicação seja algo essencial e/ou fundamental para uma empresa, não souberam explicar o motivo que as faz pensar assim. Outras 25% não entenderam ou não responderam essa questão.

Por entender que a percepção da importância da comunicação pode variar de acordo com a maturidade da empresária e do tempo de funcionamento da empresa, foi realizado um cruzamento dos dados entre conhecimento sobre o conceito de comunicação e fase específica da *startup*. O levantamento demonstrou que 81% delas já têm certa experiência no mundo dos negócios, pois entre as fundadoras que indicaram conhecer a definição conceitual de comunicação, 44% estão na fase de tração e 37% estão em fase de operação, ou seja, suas empresas já estão em funcionamento, os seus negócios estão mais estruturados em comparação com empresas que ainda estão na fase inicial de ideação.

Em relação ao entendimento sobre quem seriam seus públicos de interesse, 81% delas indicaram seus clientes como principais públicos. Outros públicos essenciais para o negócio, como colaboradores, fornecedores e investidores, representam apenas 9% do olhar das mulheres empreendedoras. Portanto, as fundadoras ouvidas não fazem nenhum tipo de mapeamento de públicos estratégicos. Dessa forma, entende-se que há, neste ponto, incompatibilidade com a teoria, já que, como vimos, na comunicação estratégica deve-se considerar públicos de interesse todos os que

de alguma forma têm interesse em estabelecer um relacionamento recíproco com a empresa (FRANÇA, 2008).

A partir desses dados, é possível observar que apesar do discurso das fundadoras contemplar a ideia do conceito mais amplo da comunicação, os dados da pesquisa nos fazem entender que há certa confusão dessas fundadoras com a definição de comunicação organizacional. Nos chama a atenção o fato delas apresentarem uma conceituação muito próxima do embasamento teórico utilizado — um processo estratégico único de produção de sentido e interação da empresa com a sociedade e seus públicos (FRANÇA, 2008; FERRARI, 2006) —, porém, na prática, essas fundadoras utilizam a comunicação como algo mais técnico (KUNSCH, 2014) e restrito às ferramentas, neste caso de *marketing*, com foco em ações destinadas às vendas.

Sobre seu entendimento sobre relacionamento com públicos, para 51% das mulheres consultadas o relacionamento com públicos é algo mais estratégico, que consiste num processo cíclico de dar e receber *feedbacks*. Para elas é essa troca ou conexão que norteia seus negócios. Elas sinalizam que se relacionar com públicos é estabelecer um vínculo de confiança, demonstrando empatia e interesse em atender às necessidades demonstradas pelo público.

Além disso, para elas, se relacionar é promover não só a troca de informações, mas de experiências também. Assim, segundo elas, é possível promover a melhoria do seu espaço/serviço/produto de forma contínua. Essa visão (72%) foi apontada pelas mulheres que já possuem mais experiência em empreendedorismo, pois 47% delas já estão com seus negócios em fase de operação e 25% na fase tração.

Outras 34% entenderam que o relacionamento com públicos acontece de forma operacional, com mais foco no uso de ferramentas de comunicação. Para esse grupo de fundadoras, relacionar-se com públicos é estar presente nas mídias, tanto *offline* quanto *online*, incluindo as redes sociais. É também fazer pesquisa e criar canais abertos para clientes (como mala direta, e-mail *marketing*, atendimento telefônico ou via Whatsapp), ou seja, atender sempre.

Essa primeira sondagem, portanto, deixa dúvidas em relação ao real entendimento desse grupo específico de fundadoras de *startups* sobre a diferença entre o processo de comunicação estratégica e o processo de vendas (*marketing*) porque, apesar de sua fala incluir definições sobre a comunicação como processo mais amplo e estratégico, quando se trata de públicos e ações voltadas a eles, seu foco está mais voltado aos seus clientes e às formas de conquistá-los e fidelizá-los.

Se há sinais de desarmonia em relação à definição da comunicação entre o que diz a teoria e o entendimento da fundadora de *startups*, o mesmo acontece com a definição de relacionamento com públicos de interesse. Pelos dados coletados, entende-se que são os clientes, o público, que a mulher fundadora de uma *startup* considera como de interesse e a relação que mantém ou procura manter com eles é, na prática, uma relação de venda. Assim, sem o entendimento claro sobre comunicação e relacionamento com públicos, as mulheres que fundam *startups* perdem a oportunidade de recorrer ao relacionamento com públicos como uma ferramenta de comunicação estratégica para o desenvolvimento e a sobrevivência de seu negócio.

Conclusões preliminares

O objetivo dessa sondagem foi buscar compreender um pouco do perfil dessa empreendedora e seu entendimento a respeito da definição de comunicação e do relacionamento com públicos. É importante ressaltar que nessa sondagem foi feito um recorte muito específico, com abordagem restrita de fundadoras e/ou sócias de *startups* e sem intenção de oferecer representatividade nacional.

Sobre o perfil das mulheres participantes, os dados apresentados nos fazem pensar que os marcadores sociais ainda podem ter um papel predominante nesse contexto, impactando tanto o mercado convencional de trabalho quanto todas as dimensões do empreendedorismo feminino. O questionamento que fica sobre esse ponto é: é se só um determinado perfil de mulher consegue empreender em uma *startup*. Isso nos permite sinalizar um nicho a ser explorado de forma mais ampla e aprofundada no campo de pesquisa da comunicação.

Por se tratar de uma sondagem, há ainda uma questão que não pode ser esclarecida: até que ponto as fundadoras de *startups* participantes da pesquisa se referem à comunicação como um processo estratégico mais complexo e até que ponto elas utilizam o termo comunicação como um processo de *marketing*? E mais: será que a polissemia do termo comunicação — apontada por França (2008) — pode ter influência sobre essa confusão entre os dois processos, o de comunicação e o de *marketing* por parte das fundadoras?

E, se não está claro o entendimento sobre comunicação no seu espectro amplo e estratégico por parte da sócia/fundadora de *startup*, a confusão de termos também recai sobre o entendimento do que é público de interesse e também de relacionamento com esses públicos. A sondagem não permitiu afirmar se ao se referir ao conceito de públicos de interesse e o relacionamento da empresa com esses públicos, seu entendimento estava em conformidade com o que preconiza a teoria.

O que foi possível constatar nessa ação exploratória é que não há nos dados levantados indícios de que essas mulheres estabelecem e/ou adotam ações de comunicação coordenadas para diferentes públicos e de longo prazo, que ultrapassem o uso dos instrumentos de mídia e contemplem a gestão mais ampla dos relacionamentos, que estão diretamente relacionados ao *business administration*, ou seja, à elaboração e à administração das políticas empresariais e na relação — permanente e de longo prazo — da empresa não só com o mercado, mas também com seus diversos públicos de interesse.

Referências

ALVES, J. E. D.; CAVENAGHI, S. M.; CARVALHO, A. A. e SOARES, M. C. Si. Meio Século de feminismo e o empoderamento das mulheres no contexto das transformações sociodemográficas do Brasil. In BLAY, E. A. e AVELAR, L. (orgs). **50 Anos de Feminismo**: Argentina, Brasil e Chile: A Construção das Mulheres como Atores Políticos e Democráticos - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, Fapesp, 2017.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- BIDERMAN, C.; GUIMARÃES, N. Na ante-sala da discriminação. O preço dos atributos de sexo e cor no Brasil (1989-1999). **Estudos Feministas**. v. 12, n. 2, mai-ago., pp. 177-200, 2004.
- BLANCK, S. e RIES, E. **The Lean Startup**: Low Burn by Design not Crisis. Maples Investments, 2012.
- BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R. A bipolaridade do trabalho feminino no Brasil contemporâneo. **Cadernos de Pesquisa**, n. 110, pp. 67-104. 2000.
- CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. Vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CAPOWSKI, G. S. Be your own boss? Millions of women get down to business. **Management Review**, 81(3), pp. 24-31, 1992.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional**: a dinâmica do sucesso nas organizações. 3.ed. São Paulo: Editora Manole, 2014.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- COUTINHO, L., FERRAZ, J. C. **Estudo da competitividade na indústria brasileira**. 2. ed. Campinas/SP: Papirus, 1994.
- DAFT, R. L. *Essentials of organization theory & design* (2nd ed.). Cincinnati, OH: South-Western College Publishing, 2001.
- _____. **Organizações**: teoria e projetos. 11. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.
- DEETZ, S. Comunicação organizacional: fundamentos e desafios. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Comunicação e organização**: reflexões, processos e práticas. São Caetano do Sul, SP: Difusão, pp. 83-101, 2010.
- FERRARI, M. A. Os cenários turbulentos como oportunidade de mudança e de realinhamento de estratégias. In: GRUNIG, J. FERRARI, M. A. e FRANÇA, F. **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamentos - 2ª. edição, São Caetano do Sul: Difusão, 2011.
- _____. Relações públicas: gestão estratégica de relacionamentos. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Comunicação organizacional estratégica**: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus, 2006.
- FONSECA JR, Análise de Conteúdo In: DUARTE, J., BARROS, A. (Org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- FRANÇA, F. Relações públicas: atividade estratégica de relacionamento e comunicação das Organizações com as partes interessadas. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, Ano 12 n.12, pp. 55-70, jan/dez. 2008. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/view/1016/1061>. Acessado em 20 de dezembro de 2018.
- _____. Como construir relacionamentos corporativos eficazes. In: GRUNIG, J. FERRARI, M. A. e FRANÇA, F. **Relações Públicas**: teoria, contexto e relacionamentos - 2ª. edição, São Caetano do Sul: Difusão, 2011.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GRUNIG, J. E., HON, L. C. **Guidelines for measuring relationships in public relations**. Gainsville/Fl: The Institute for Public Relations, 1999. Disponível em: www.instituteforpr.com. Acesso

em 24 de abril de 2018.

GRUNIG, J. E., HUNT, T. **Managing public relations**. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.

HIRATA, H. e KERGOAT, D. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Cad. Pesqui. [online]**. vol. 37, n.132, pp.595-609. 2007.

KERGOAT, D. Divisão sexual do trabalho e relações sociais de sexo. in HIRATA, H.; LABORIE, F.; LE DOARÉ, H.; SENOTIER, D. **Dicionário Crítico do feminismo**. São Paulo: UNESP, 2009.

KUNSCH, M. M. K. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. In: **MATRIZES** / Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Vol.8, No 2. (jul./dez. 2014) – São Paulo: ECA/USP. p. 35-61.

MANUCCI, M. **El impacto corporativo**: diseño estratégico de la comunicación en la complejidad del contexto actual. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

MARQUES, A. C. S., MAFRA, R. L. M. Diálogo no contexto organizacional e lugares de estratégia, argumentação e resistência. Ano 10, N.19, **ORGANICOM**, 2013.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MINAYO, M. C. S.; SANCHES, O. Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementaridade. **Cad. Saúde Públ.**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, jul./set., 1993.

MORGAN, G. **Imagens da Organização** - 2^a edição. São Paulo: Atlas, 2006.

_____.Paradigmas, Metáforas e Resolução de Quebra-Cabeças na Teoria das Organizações. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. Vol. 25, n. 1. Jan/Mar, 2005.

ORHAN, M. Why women enter into small business ownership, p. 3-16, in FIELDEN S., DAVIDSON M. **International Handbook Of Women And Small Business Entrepreneurship**, Northampton, MA: Edward Elgar, 2005.

PARADELA, V. C., GOMES, A. P. C. Z. **Tendências da gestão de pessoas na sociedade do conhecimento**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

SCHAUFELI, W. Foreword. In CHMIEL, N.; FRACCAROLI, F. e SVERKE, M (Editores). **An Introduction to Work and Organizational Psychology - An International Perspective**. Wiley-Blackwell. 2017.

SCHEIN, E. H. **Organizational Psychology**. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1980.

SIMÕES, R. J. P. **Relações Públicas**: função política. 5. ed. São Paulo: Summus, 1995.

_____. **Relações Públicas e Micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

SOLOMON, D. V. **Como fazer uma monografia**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SOUZA-LOBO, E. **A Classe Operária tem Dois Sexos**. Trabalho, dominação e resistência. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2a edição. 2011.

TAYLOR, S. R. e NEWCOMER, J. D. Characteristics of women small business owners. **International Handbook Of Women And Small Business Entrepreneurship**, Northampton, MA: Edward Elgar. 2005.

TOLEDO, M. **Plano de Negócios para Startups**. E-book, 2012. Disponível em: <http://www.startupsc.com.br/ebook-plano-de-negocios-para-startups/>. Acessado em 20 de janeiro de 2019.

VERSIGNASSI, A. C. **Uma breve história da economia**: da Grécia Antiga ao século XXI. 2 ed. São Paulo: LeYa, 2015.

Comunicação pública nas empresas: uma proposta de interesse público

Juliane Duarte Camara

Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas e mestranda do Programa de Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, sob orientação da Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch. Desenvolve pesquisas na área de concentração das Interfaces Sociais da Comunicação, com foco em políticas e estratégias de Comunicação Organizacional. Tem experiência profissional na área governamental e privada, com atuação principal em comunicação de C&T e responsabilidade social. E-mail: duarte.juliane@usp.br

Resumo: Diante dos complexos desafios sociais, ambientais e econômicos que alarmam o planeta, a sociedade clama por respostas não só do Estado, mas também pelo envolvimento empresarial na busca de soluções. Qual o papel das organizações nessa conjuntura? Como as empresas podem responder às demandas sociais? Como o campo da comunicação pode contribuir a essas discussões? Em atenção a essas questões, este trabalho, por meio de revisão bibliográfica e correlações com pesquisa de mercado, propõe a aproximação entre os estudos de comunicação pública e as práticas empresariais como um caminho para a implementação de ações corporativas em atenção ao interesse público e à sustentabilidade do planeta.

Palavras-chave: Comunicação organizacional. Comunicação pública. Interesse público. Responsabilidade social. Sustentabilidade.

Apresentação do tema

Embora o olhar para o interesse público seja historicamente delegado ao Estado, vem-se creditando às empresas expectativas nesse sentido. Tal afirmação ecoa, por exemplo, nos dados da pesquisa global Edelman Trust Barometer, conduzida pela Edelman, agência global de relações públicas. A edição de 2018 mostra que 41% dos entrevistados brasileiros acredita que as empresas são um caminho para um futuro melhor no país; 26% credita esse papel às ONGs, ao passo que apenas 8% acredita no protagonismo do governo para a solução dos problemas do país.

O deslocamento de credibilidade do governo poderia indicar somente uma crise de legitimidade do Estado, e não, necessariamente, uma cobrança social por empresas mais atentas à agenda de interesse público. No entanto, a pesquisa mostra que 60% dos entrevistados no país afirma que os *chief executive officers* (CEOs) devem assumir a liderança em movimentos de mudanças no lugar de esperar que o governo as imponha e que 62% dos entrevistados concordam que companhias que só pensam em si mesma e em seus lucros estão destinadas ao fracasso.

Os dados globais da recém-publicada edição de 2019 reforçam ainda mais essa tendência ao indicarem que a sociedade clama por mudanças urgentes nos negócios e na distribuição de informação, valorizando lideranças mais transparentes e engajadas socialmente.

Soma-se a esses fatores uma conjuntura mundial cada vez mais complexa para a resolução de

problemas relacionados ao meio-ambiente, à economia e a questões sociais. Questões sob as quais foram formulados a Agenda Global 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)¹, com a expectativa de uma conciliação de esforços entre governo, sociedade e empresas.

No entanto, ainda parece incongruente que as empresas trabalhem em consonância ao interesse público e a uma agenda global de responsabilidade social, uma vez que grande parte do capitalismo industrial se pautou na extração de recursos naturais e humanos, priorizando a maximização dos lucros em detrimento ao equilíbrio ambiental e ao bem-estar coletivo.

No entanto, defender uma aproximação entre o empresariado e o interesse público passa a ser inevitável para a sustentabilidade econômica, social e ambiental do planeta, ao passo que tal expectativa da sociedade parece influenciar na perenidade dos negócios. No entanto, tal aproximação expõe conflitos entre o sistema econômico industrial vigente, o papel do Estado e a sociedade.

Embora o tema seja complexo, será necessário propor uma problematização, ainda que não aprofundada, do par público/privado na contemporaneidade para, em seguida, fundamentar a aproximação entre os conceitos de comunicação organizacional e comunicação pública a partir de revisão bibliográfica e da relação com pesquisas de mercado. Essa discussão abre um campo fértil para estudo e aplicabilidade da comunicação nos contextos organizacionais privados e considera uma natural interdisciplinaridade com outros campos das Ciências Humanas, a destacar o Direito e a Administração.

Ao final do trabalho será proposta a matriz da “dimensão pública da comunicação organizacional”, que poderá ser utilizada como referência para estudiosos e profissionais que estejam buscando implementar ações ou desenvolver pesquisas na interseção entre comunicação organizacional, gestão e interesse público.

Intersecções entre público e privado: uma nova conjuntura?

A discussão sobre os papéis dos setores da economia tem raízes sócio-políticas, históricas e, evidentemente, econômicas. Para apresentar algumas correntes de pensamento que discutem o par público e privado e a consequência de suas configurações na sociedade, Maria José da Costa Oliveira (2013) traz bases interdisciplinares que também sugerem uma aproximação entre os estudos e práticas de comunicação pública e organizacional.

A autora (2013, p. 18) apresenta os pensamentos de Gugliano, que relaciona a democracia e capitalismo, sustentando a ideia de que há uma terceira fase do capitalismo em voga, “[...] justamente no contexto da cidadania e dos direitos civis [...]” (OLIVEIRA, 2013, p. 18), diferentemente das fases anteriores em que:

[...] o mercado econômico, separado da gestão democrática acaba promovendo

¹ A Agenda 2030 foi adotada pelos 193 membros da Organização das Nações Unidas (ONU) durante a Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, em 2015. Foram estabelecidos os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), os quais propõem formas de solucionar os principais problemas mundiais no aspecto econômico, social e ambiental. A Agenda considera a necessidade de esforços sistêmicos entre governo, sociedade civil e empresas para atingir, integral ou parcialmente, as metas relacionadas a cada um dos ODS. Informações: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>.

a cisão entre público e privado, com a ausência de limites na busca da satisfação (econômica) individual. Por isso, testemunham-se, com frequência, atividades econômicas que fogem dos padrões éticos e morais das sociedades contemporâneas. (OLIVEIRA, 2013, p. 18)

No campo da Administração, Núria Grau em sua obra **Repensando o público através da sociedade** (1997) pauta a discussão “da coisa pública” para recuperar o sentido social por de trás do conceito, se afastando da usual oposição ao privado ao propor uma complementaridade dos termos:

Não se trata de assentar uma suposta primazia da coisa pública sobre o privado, nem mesmo de uma demarcação absoluta entre essas esferas, mas de reconhecer a relevância da coisa pública para reavaliar o privado, em um mundo que já não admite posições absolutas, nem em relação a um nem a outro, mas antes reivindica sua interpretação, para que o ser humano, como tal, possa ser localizado, no centro do desenvolvimento. (GRAU, 1997, p. 21)

Ao encontro do pensamento de Grau, Mauro Wilton de Sousa (2006, p. 225) inicia a discussão sobre uma possível transformação no espaço público e na relação público e privado. Em seu texto, traz o pensamento de Martín-Barbero (1995, p. 47) que sugere “[...] o privado não é mais como antes. Nem o público é o mesmo que era. Não o é fisicamente [...] Alguém me chamou atenção, há alguns anos, que isso não significa o desaparecimento da esfera pública, mas sua mudança em seu significado.”

Embora os sentidos público e privado tenham sido trabalhados como dicotômicos, em razão, talvez, do surgimento do conceito de esfera pública, em um contexto de ascensão da sociedade burguesa (BUCCI, 2009), assumir uma nova conjuntura de aproximação de ambas as esferas é trazer à tona o sentido de comunidade, ou seja, a raiz do desenvolvimento humano em sociedade.

Parece possível afirmar que uma nova conjuntura predominante, que mescla os interesses públicos aos privados, ao invés de separá-los, está em voga. Contexto esse que aponta para uma nova mudança estrutural e requer bastante atenção das organizações, uma vez que essas são partes integrantes da sociedade e “[...] estão sujeitas a todas as suas mudanças e a novas incorporações. Uma organização nessa perspectiva pode ser considerada uma micro-sociedade que opera nas mais diferentes dimensões sociais, econômicas, políticas e simbólicas.” (KUNSCHE, 2007, p. 42)

O professor Cândido Teobaldo de Souza Andrade, na obra **Psicossociologia das Relações Públicas**, também atribui às organizações um sentido coletivo:

Não é possível seguir tratando de questão econômica à margem da questão social. Afinal de contas, as próprias empresas são sociedades, são coletividades organizadas por pessoas em interação, com atividades que incidem, não só junto aos indivíduos que as constituem, mas sobre toda a comunidade que as abriga. (ANDRADE, 1989, p. 10)

Assim, as organizações não devem mais estar blindadas pelos interesses seus privados, mas sim, atuar sobre uma nova conjuntura que vem mesclando essas dimensões e que aparente-

mente não legitima organizações que atuem somente em atenção aos seus lucros ou governos que frustrem às expectativas sociais.

Em pesquisa realizada pela IPSOS Global Reputation Centre², 77% dos entrevistados concordou que se espera “[...] que as empresas de hoje contribuam muito mais para a sociedade do que contribuíam no passado.”

Tal cenário evidencia a importância de estudos no campo da comunicação organizacional que levem em consideração a comunicação de interesse público, como a comunicação pública, e a interdisciplinaridade com os campos da Administração e do Direito para a intersecção entre comunicação e gestão.

Considerando esse panorama, a seguir serão apresentadas algumas conceituações de comunicação pública que permitem aproxima-la aos estudos de comunicação organizacional também nas empresas privadas, em atenção ao objetivo deste trabalho.

Comunicação pública e comunicação organizacional: sinergia para incorporação dos interesses públicos na agenda das organizações

Provavelmente afetado pela dicotomia e heterogenia que o par público e privado sustenta, os estudos de comunicação pública e comunicação organizacional seguiram por vias diferentes, conforme Oliveira (2013) problematiza:

[...] esses conceitos vêm sendo construídos em linhas paralelas e são restritas as abordagens que demonstrem as imbricações existentes em comunicação organizacional e pública, parecendo que esses conceitos não se cruzam, pois um segue a trilha da esfera privada e outro se relaciona com a esfera pública. (OLIVEIRA, 2013, p. 22)

No entanto, há de se destacar autores que trouxeram expressivas contribuições à intersecção aqui proposta, especialmente ao considerar o interesse público nos estudos de comunicação organizacional, como na abordagem das Relações Públicas comunitárias, Relações Públicas governamentais e da responsabilidade social das organizações, conduzidos e orientados pelos autores Cicília Peruzzo (1986), Cândido Teobaldo de Souza Andrade (1982; 1989), Margarida Kunsch (2003; 2007; 2013) e Maria José da Costa Oliveira (2013).

Os estudos mais recentes de comunicação pública vêm considerando a dimensão organizacional do processo, embora ainda de forma tímida e compreensivelmente cautelosa.

O autor colombiano Juan C. Jaramillo López comprehende que os estudos sobre comunicação pública, por vezes, seguem caminhos diferentes, mas há pontos em comum que podem ser identificados, conforme aborda:

Muito já foi escrito sobre comunicação pública e os caminhos que aproximam e distanciam diferentes enfoques, permitindo identificar pelo menos três aspectos em comum: a noção de comunicação associada à compreensão do público; o que opera em diferentes cenários, entre ele o estatal, o político, o *organizacional* e o midiático; e o que é um conceito vinculado a princípios como visibilida-

² Pesquisa apresentada pela Agência CAUSE, Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e Instituto Ayrton Senna no apresentada no 2º Fórum de Marketing de Causa, realizado em São Paulo-SP, em novembro de 2018.

de, inclusão e participação. (LÓPEZ, 2012, p. 2, com grifo e tradução nossa)³

Para o autor (2010, pp. 4-5 apud KOÇOUSKI, 2013, pp. 45-46), a comunicação pública abarca as dimensões política, mediática, estatal, organizacional e da vida social.

Sobre a dimensão *organizacional*, o autor considera que uma organização, ainda que privada, é um cenário onde mensagens e interesses de grupos buscam predominar e impor seus sentidos. A dimensão da vida social é complementar ao que propomos aqui, uma vez que considera os efeitos que as interações sociais têm na esfera pública e, por conseguinte, os efeitos que a sociedade provoca nas organizações. A vida social trata das “[...] interações comunicativas espontâneas ou não, de movimentos e organizações sociais que interagem grupos ou coletividade e laçam-se propostas de interesse público e coletivo.” (KOÇOUSKI, 2013, p. 46)

O docente e pesquisador da Libera Università di Lingue e Comunicazione di Milano, na Itália, Stefano Rolando (2011, pp. 26-27), também considera a dimensão organizacional no processo comunicativo em atenção aos interesses públicos. Para o autor, a “comunicação de empresa”, quando utilizada para o crescimento social, está alinhada à comunicação pública. Rolando (2014) considera que a comunicação pública, em suas distintas dimensões que acontecem simultaneamente, tem efeito estratégico para o fortalecimento da democracia.

Outro autor italiano que traz uma abordagem complementar às apresentadas é Paolo Mancini. O autor sugere uma tríade que se inter-relaciona entre *promotores ou emissores; finalidade e objeto*. Para a compreensão da proposição de Mancini, os trabalhos de Mariângela Haswani (2010), Marina Koçouski (2012; 2013) e Eugênio Bucci (2015) foram de incontestável importância.

Com relação à dimensão *promotores ou emissores*, Mancini comprehende que a comunicação pública pode partir de organizações públicas, privadas ou semi-públicas. Já com relação à *finalidade*, o autor reforça que essa não deve ser orientada para o alcance de vantagem econômica imediata, como a venda de produtos ou troca para fins comerciais, ou seja, não deve estar orientada para o lucro, como geralmente ambiciona a comunicação comercial.

Aqui liga-se à outra dimensão proposta por Mancini, o *objeto*. Para o autor, a comunicação pública é aquela que tem por objeto os *public affairs*. Haswani, Koçouski e Bucci atentam que o termo não tem tradução completa e satisfatória, mas poderia ser entendido como “negócios de interesse geral.” (KOÇOUSKI, 2013, p. 47)

Marina Koçouski (2012; 2013), considerando o contexto brasileiro e a característica intrínseca à perspectiva ética do interesse público, caminha para o seguinte conceito de comunicação pública:

[...] a comunicação pública é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsa-

³ No original: “Se ha escrito suficiente sobre el concepto comunicación pública y los linderos que acercan y distancian los diversos enfoques que se acogen a esta denominación, de tal manera que ya es posible identificar por lo menos tres rasgos comunes a todas esas aproximaciones: primero que es una noción de la comunicación asociada a alguna comprensión de lo público; segundo que opera en diferentes escenarios, entre los cuales se destacan el estatal, el político, el organizacional y el mediático; y tercero que es una idea vinculada a principios como la visibilidad, la inclusión y la participación.”

bilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos.

A autora (2012; 2013) enfatiza que o conceito de comunicação pública abrange três áreas da comunicação: o jornalismo; a Relações Públicas e a publicidade e a propaganda. A noção de um processo comunicativo abarca mais de uma área da comunicação e vai ao encontro da perspectiva da comunicação integrada, conforme Kunsch (2003; p. 150) consolidou:

Entendemos por comunicação integrada uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica. Pressupõe uma junção da comunicação institucional, da comunicação mercadológica, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que formam o mix, completo da comunicação organizacional. Esta deve construir uma unidade harmoniosa, apesar das diferenças e peculiaridades de cada área e das respectivas subáreas.

Uma nova interface entre interesses públicos e privados parece ter como efeito o apagamento da borda entre essas dimensões, o que requer bastante atenção das organizações e dos profissionais que atuam na mediação entre empresa, governo e sociedade, como os comunicadores e, em especial, os relações públicas.

Margarida Kunsch (2016, p. 38) é enfática ao defender que ações isoladas e superficiais já não fazem mais sentido na sociedade digital e contemporânea.

As ações isoladas de comunicação de marketing e de relações públicas são insuficientes para fazer frente aos novos mercados competitivos e para os relacionamentos com os públicos e/ou interlocutores dos mais diversos segmentos. Estes são cada vez mais exigentes e cobram responsabilidade social, atitudes transparentes, comportamentos éticos, respeito à preservação do planeta etc, e, nesse contexto, a comunicação passa a ser estratégica e a sua gestão tem de ser vista sob uma nova visão de mundo e numa perspectiva multidisciplinar. (KUNSCH, 2016, p. 38)

As conceituações de comunicação pública desenvolvidas nesse trabalho abrem um fértil espaço para a correlação com os estudos de comunicação organizacional na iniciativa privada, bem como já aceitam sua aplicabilidade nas empresas que busquem uma comunicação mais alinhada com o interesse público.

Comunicação pública no planejamento de comunicação: estratégica e multidisciplinar

A pesquisa da Ipsos Centre, já mencionada anteriormente, apresenta um quadro evolutivo do envolvimento empresarial com os temas ligados à responsabilidade social. Segundo o estudo, de 1980 a 1995, as empresas criaram fundações assistenciais e incentivaram o voluntariado de funcionários. Em seguida, até 2010, houve uma fase de preocupação normativa (ISOs), incentivo à publicação dos relatórios corporativos de responsabilidade social e diálogo com públicos de interesse. Desde então, há uma crescente demanda por “transparência radi-

cal” e por novos modelos de negócios que considerem marcas com propósito social.

Dessa forma, considerando essa nova conjuntura, propomos que a modalidade “comunicação pública” seja incorporada ao planejamento de comunicação integrada, de modo a agregar ações de responsabilidade social, comunicação de causa, bem como servir de intersecção com as áreas de governança, *compliance* e de consultoria às pesquisas de opinião pública que extrapolam o perfil mercadológico (Figura 1).

Figura 1 - Comunicação Pública no Planejamento de Comunicação Organizacional



Fonte: Da autora

A proposta considera que a modalidade da comunicação pública no planejamento de comunicação organizacional atue em uma perspectiva multidisciplinar e associada, quando possível, às outras modalidades do *mix* de comunicação integrada (KUNSCH, 2003), já apresentadas neste trabalho. Especialmente à modalidade da comunicação institucional, que também considera a interação com a sociedade:

A comunicação institucional está ligada exatamente com a instituição propriamente dita, com a sua personalidade, com sua maneira de ser. E ela valoriza muito mais os aspectos corporativos ou institucionais que explicitam o lado público das organizações. Cada vez mais os públicos vão cobrar isso das organizações. A comunicação institucional diz como estas devem se posicionar perante à sociedade, com a qual eles têm compromisso. (KUNSCH, 2013, pp. 21-22)

No entanto, no sentido de reforçar uma cultura voltada ao interesse público, a dimensão pública da comunicação organizacional atua na esfera entre gestão, integridade e comunicação para oferecer subsídios para a implementação de ações e políticas que incorporem o interesse público em toda a cadeia produtiva.

Embora a proposta possa ser considerada utópica, há iniciativas adotadas por organizações que posicionam o interesse público e a sustentabilidade no cerne de suas políticas institucionais ou em sua razão de existir, como os chamados “negócios de impacto social”.

Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), negócios de impacto social são “[...] iniciativas economicamente rentáveis, que por meio da sua atividade principal oferecem soluções para problemas sociais e/ou ambientais, utilizando mecanismos de mercado.” (SEBRAE, 2016) Outro exemplo é o Sistema B⁵, em que empresas mundiais de diversos portes e segmentos se submetem a um rigoroso processo de certificação que considera dimensões como governança e comunidade.

Além dos desafios sociais, ambientais e econômicos já introduzidos nesse trabalho, que já deveriam bastar para a conscientização empresarial, pesquisas mostram que uma atuação corporativa em atenção à cidadania e à governança têm impactos positivos na gestão de reputação, um estratégico ativo institucional.

Estudo apresentado pelo Reputation Institute (RI) Brasil⁶ mostra que a dimensão de governança ganha relevância para o público geral, revelando o quanto se clama por empresas que sejam éticas e transparentes, que respeitem seus públicos, divulguem seus dados e relatórios e ajam de forma clara e se antecipando às demandas de órgãos reguladores, da imprensa e da própria sociedade.

Os dados da pesquisa, realizada em 2018, confirmaram essa tendência e ainda correlacionam um bom programa de governança à impactos positivos na reputação que, segundo Charles Forbum, *chairman* do RI, “[...] é a percepção coletiva que fazemos sobre a capacidade de uma organização gerar valor para os diversos públicos com base em nossa experiência passada.” (REPUTATION INSTITUTE, 2018)

A associação entre ética, governança e reputação já havia sido observada em trabalhos de natureza acadêmica, como na tese de doutorado conduzida pela pesquisadora Zilda Andrade (2010).

A análise do pressuposto que a ética vem sendo adotada pelas organizações como conceito fundamental para uma reputação corporativa favorável permite afirmar que há reconhecimento de um vínculo entre reputação e ética na forma de um ativo de que a empresa dispõe. (ANDRADE, 2012, p.12)

Assim, a partir da matriz proposta, espera-se que as empresas possam fortalecer uma cultura em atenção ao interesse público, incorporando ações de integridade e comunicação pública ao planejamento sistêmico e estruturado de ações voltadas ao relacionamento com a sociedade, ao relacionamento governamental e à conduta ética e transparente de seus negócios.

⁵ O Sistema B é uma fundação sem fins lucrativos cujos resultados e operações são de interesse público. Entre suas ações está o processo de certificação que considera cinco áreas para a formulação dos indicadores: governança, trabalhadores, clientes, comunidade e meio ambiente. No Brasil, 92 empresas são certificadas, segundo consulta realizada em 10 de março de 2019, entre elas a Natura e a Brilia, por exemplo. Informações no site: https://sistemab.org/empresas-b-america-latina/?fwp_presencia=brasil.

⁶ Consultoria global sobre reputação corporativa. No início de cada ano, o Reputation Institute pesquisa a reputação de milhares de empresas em todo o mundo, gerando um robusto banco de dados e viabilizando análises setoriais que fazem parte da estratégia de centenas de clientes e parceiros. No Brasil, 330 empresas foram pesquisadas em janeiro de 2017.

Considerações finais

Embora muitas empresas promovam ações de responsabilidade social, voluntariado corporativo ou mesmo relacionamento com a comunidade, a complexidade dos desafios globais e a expectativa social voltada à transparência e ética das organizações parecem demandar esforços mais sistêmicos para incorporar às organizações uma cultura voltada ao interesse público, em uma tríade interdisciplinar que entrelaça assuntos comunicacionais, ético-regulatórios e de gestão.

Para propor o que denominamos como a “dimensão pública das organizações privadas”, este trabalho trilhou sobre os estudos de comunicação organizacional, comunicação pública, sociologia e administração, em associação com pesquisas de mercado, a fim de encontrar bases que permitam propor que as empresas, cada vez mais, passem a incorporar os interesses públicos em seus processos de gestão e comunicação.

Com objetivo de estimular a aplicabilidade do pensamento articulado aqui, foi proposta uma matriz preliminar que pode ser considerada, ampliada ou mesmo ser problematizada em estudos futuros.

Foi possível observar que a recente aproximação entre os estudos de comunicação pública e comunicação organizacional possibilitam um campo fértil de estudo para diversificados temas da comunicação organizacional e de outras abordagens interdisciplinares, tais como responsabilidade social, governança corporativa, reputação, participação social e opinião pública.

Assim, espera-se que este trabalho contribua com a evolução de estudos que considerem as intersecções e complementaridades entre as esferas públicas e privadas na relação entre empresas, governo e sociedade em atenção aos desafios econômicos, sociais e ambientais que demandam resoluções urgentes para a sustentabilidade do planeta.

Referências

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Administração das relações públicas no governo.** São Paulo: Loyola, 1982.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Psicossociologia das relações públicas.** 2a. Edição. São Paulo: Loyola, 1989.
- ANDRADE, Zilda Aparecida Freitas de. **Gestão da ética nas organizações:** possibilidades aos profissionais de relações públicas e comunicação organizacional. 2010. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes – ECA, Universidade de São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-01122010-094556/pt-br.php>>. Acesso em: 9 março 2019.
- ANDRADE, Zilda Aparecida Freitas de. **A ética organizacional e a construção da reputação.** In: XIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 13, 2012, Chapecó-SC: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. p. 1-15. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1812-1.pdf>.

Acesso em: 9 março 2019.

BARROS FILHOS, Clóvis de. A falácia lógica e metodológica do conceito de centralidade da organização. In: KUNSCH, M.M.K; OLIVEIRA, I.L.(Org). **A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009, pp.181-195 – (Série Pensamento e Prática, v.2)

BUCCI, Eugênio. Em torno da instância da imagem ao vivo. **Revista Matrizes**, ano 3, n. 1, pp. 65-79, ago/dez 2009.

BUCCI, Eugenio. **O Estado de Narciso**: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

EDELMAN. **Trustbarometer 2018**. Brasil, 2018. Disponível em: <https://www.edelman.com.br/propriedades/trust-barometer-2018/>. Acesso em: 10 jul. 2018.

EDELMAN. **Trustbarometer 2019**. Global Report, 2019. Disponível em: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-03/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf?utm_source=website&utm_medium=global_report&utm_campaign=downloads. Acesso em: 25 jan. 2019.

ENCONTRO DE MEMBROS DO REPUTATION LEADERS NETWORK NO BRASIL E CONVIDADOS. **Reputation institute Brasil**. Belo Horizonte, 2017. Disponível em: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2963875/Resources/BRASIL%20REPUTATION%20PULSE%202017.pdf?submissionGuid=46e8e9a2-08bc-44a3-965d-c4731cf73491>. Acesso: 10 out. 2017.

HASWANI, Mariângela Furlan. **A comunicação estatal com garantia de direitos**: foco no Brasil, na Colômbia e na Venezuela. 2010. Tese (Doutorado em Integração da América Latina) - Integração da América Latina, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-31082012-122619/>. Acesso em: 5 mar. 2018.

GRAU, Nuria Cunill. **Repensando o público através da sociedade**: novas formas de gestão pública e representação social. Rio de Janeiro: Revan; Brasília — DF ENAP, 1998.

IPSOS GLOBAL REPUTATION CENTRE; CAUSE; ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING; INSTITUTO AYRTON SENNA. **Estudo marketing relacionado à causa II**. São Paulo, 2018. Disponível em: <http://www.cause.net.br/wp/wp-content/uploads/2018/11/pesquisa-mkt-causa-2018-3.pdf>. Acesso em: 3 fev. 2019.

KOÇOUSKI, Marina. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, H. (Org). **Comunicação Pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2013, pp. 41-57.

KOÇOUSKI, Marina. **A comunicação pública face ao dever estatal de informar**. Pra não dizer que não falei das flores: estudo de caso do Incra-SP. 2012. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-17052013-133211/pt-br.php>. Acesso em: 25 out. 2015.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5ª edição. São Paulo: Summus, 2003.

- KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs.). **Relações Públicas Comunitárias**. São Paulo: Summus, 2007.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas In: MATOS, H. (Org.). **Comunicação Pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2013, pp. 3-13.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. A comunicação das organizações: dos fluxos lineares às dimensões humana e estratégica. In: Kunsch, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional estratégica**: aportes conceituais e aplicados. Summus Editorial, 2016. pp. 37-58.
- LÓPEZ, Juan Camilo Jaramillo. Propuesta general de comunicación pública. **Strategy & Management Business Review**, Bogotá, v. 3, n. 2, 2012. pp. 1-17. Disponível em: <http://www.eceedu.com/publishing.cl/inicio.php?lnk=ctnd&id=188>. Acesso em: 9 mar. 2019. ISSN: 0718-8714.
- OLIVEIRA, Maria José da Costa. Comunicação organizacional e comunicação pública. In: MATOS, H. (Org). **Comunicação Pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2013, pp. 15-28.
- PERUZZO, Cicilia Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. 2ª. edição São Paulo: Summuns Editorial, 1986.
- REPUTATION INSTITUTE (Brasil). **Panorama e tendências de reputação corporativa em 2018**. Brasil RepTrak® 100. Sumário Executivo, 2018. Disponível em: <https://www.reputationinstitute.com/sites/default/files/pdfs/2018-Brazil-RepTrak.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2019.
- ROLANDO, Stefano. A dinâmica evolutiva da comunicação pública. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011. pp. 23-37.
- ROLANDO, Stefano. **Comunicazione, poteri e cittadini**. Tra propaganda e partecipazione. Milão, Itália: Egea, 2014.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. Brasília, DF. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Diretrizes%20de%20Atendimento%20-%20interativo%2031.05.16%20v2.pdf>. Acesso em: 10 de mar. 2019.
- SOUSA, Mauro Wilton. Prática de recepção mediática como prática de pertencimento público. In: SOUSA, M. W (Org). **Recepção mediática e espaço público**: novos olhares. São Paulo: Paulinas, 2006. pp. 215-241.

