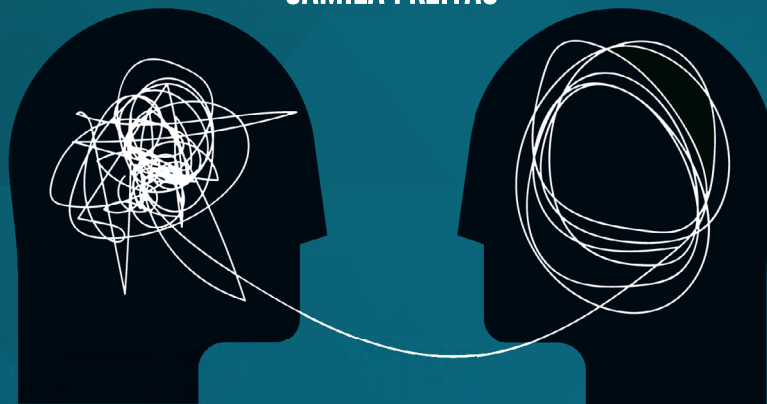


ORGANIZADORAS
ANA TAÍS MARTINS
CAMILA FREITAS



**PESQUISAS
COMUNICACIONAIS
EM INTERFACE
COM ARTE, TECNOLOGIA,
RELIGIÃO, MEIO AMBIENTE**

ORGANIZADORAS
ANA TAÍS MARTINS
CAMILA FREITAS



**PESQUISAS
COMUNICACIONAIS
EM INTERFACE
COM ARTE, TECNOLOGIA,
RELIGIÃO, MEIO AMBIENTE**

 pimenta
cultural
2021
SÃO PAULO

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2021 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2021 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons: Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - CC BY-NC (CC BY-NC-ND). Os termos desta licença estão disponíveis em: <<https://creativecommons.org/licenses/>>. Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural. O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

Doutores e Doutoradas

Airton Carlos Batistela

Universidade Católica do Paraná, Brasil

Alaim Souza Neto

Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil

Alessandra Regina Müller Germani

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Alexandre Antonio Timbane

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Alexandre Silva Santos Filho

Universidade Federal de Goiás, Brasil

Aline Daiane Nunes Mascarenhas

Universidade Estadual da Bahia, Brasil

Aline Pires de Moraes

Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil

Aline Wendpap Nunes de Siqueira

Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Ana Carolina Machado Ferrari

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Andre Luiz Alvarenga de Souza

Emill Brunner World University, Estados Unidos

Andreza Regina Lopes da Silva

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Antonio Henrique Coutelo de Moraes

Universidade Católica de Pernambuco, Brasil

Arthur Vianna Ferreira

Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Bárbara Amaral da Silva

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Beatriz Braga Bezerra

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Bernadette Beber

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Breno de Oliveira Ferreira

Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Carla Wanessa Caffagni

Universidade de São Paulo, Brasil

Carlos Adriano Martins

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Caroline Chioquetta Lorenset

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Cláudia Samuel Kessler

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Daniel Nascimento e Silva

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Daniela Susana Segre Guertzenstein

Universidade de São Paulo, Brasil

Danielle Aparecida Nascimento dos Santos

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Delton Aparecido Felipe

Universidade Estadual de Maringá, Brasil

Dorama de Miranda Carvalho

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Doris Roncareli

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Elena Maria Mallmann

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Emanoel Cesar Pires Assis

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Erika Viviane Costa Vieira

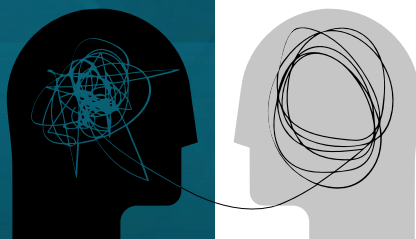
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil

Everly Pegoraro

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Fábio Santos de Andrade

Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil



Fauston Negreiros

Universidade Federal do Ceará, Brasil

Felipe Henrique Monteiro Oliveira

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Fernando Barcellos Razuck

Universidade de Brasília, Brasil

Francisca de Assiz Carvalho

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Gabriela da Cunha Barbosa Saldanha

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Gabrielle da Silva Forster

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Guilherme do Val Toledo Prado

Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Hebert Elias Lobo Sosa

Universidad de Los Andes, Venezuela

Helciclever Barros da Silva Vitoriano

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais

Anísio Teixeira, Brasil

Helen de Oliveira Faria

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Heloisa Candello

IBM e University of Brighton, Inglaterra

Heloisa Juncklaus Preis Moraes

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Ismael Montero Fernández,

Universidade Federal de Roraima, Brasil

Jeronimo Becker Flores

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Jorge Eschriqui Vieira Pinto

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Jorge Luís de Oliveira Pinto Filho

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

José Luís Giovanoni Fornos Pontifícia

Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Josué Antunes de Macêdo

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Júlia Carolina da Costa Santos

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Juliana de Oliveira Vicentini

Universidade de São Paulo, Brasil

Juliana Tiburcio Silveira-Fossaluzza

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Julierme Sebastião Moraes Souza

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Karlla Christine Araújo Souza

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Laionel Vieira da Silva

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Leandro Fabricio Campelo

Universidade de São Paulo, Brasil

Leonardo Jose Leite da Rocha Vaz

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Leonardo Pinheiro Mozdzenski

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Lidia Oliveira

Universidade de Aveiro, Portugal

Luan Gomes dos Santos de Oliveira

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Luciano Carlos Mendes Freitas Filho

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Lucila Romano Tragtenberg

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Lucimara Rett

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Marceli Cherchiglia Aquino

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Marcia Raika Silva Lima

Universidade Federal do Piauí, Brasil

Marcos Uzel Pereira da Silva

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Marcus Fernando da Silva Praxedes

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil

Margareth de Souza Freitas Thomopoulos

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Maria Angelica Penatti Pipitone

Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Maria Cristina Giorgi

Centro Federal de Educação Tecnológica

Celso Suckow da Fonseca, Brasil

Maria de Fátima Scaffo

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Maria Isabel Imbroni

Universidade de São Paulo, Brasil

Maria Luzia da Silva Santana

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Maria Sandra Montenegro Silva Leão

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Michele Marcelo Silva Bortolai

Universidade de São Paulo, Brasil

Miguel Rodrigues Netto

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Nara Oliveira Salles

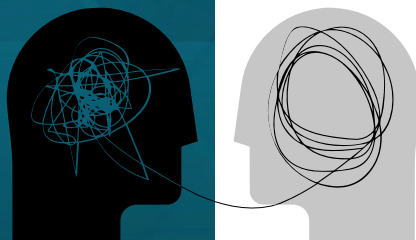
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Neli Maria Mengalli

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Patricia Biegging

Universidade de São Paulo, Brasil



Patrícia Helena dos Santos Carneiro
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Patrícia Oliveira
Universidade de Aveiro, Portugal

Patricia Mara de Carvalho Costa Leite
Universidade Federal de São João del-Rei, Brasil

Paulo Augusto Tamanini
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Priscilla Stuart da Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Radamés Mesquita Rogério
Universidade Federal do Ceará, Brasil

Ramofly Bicalho Dos Santos
Universidade de Campinas, Brasil

Ramon Taniguchi Piretti Brandao
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Rarielle Rodrigues Lima
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Raul Inácio Busarello
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Renatto Cesar Marcondes
Universidade de São Paulo, Brasil

Ricardo Luiz de Bittencourt
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Rita Oliveira
Universidade de Aveiro, Portugal

Robson Teles Gomes
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Rodiney Marcelo Braga dos Santos
Universidade Federal de Roraima, Brasil

Rodrigo Amancio de Assis
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Rodrigo Sarruge Molina
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Rosane de Fatima Antunes Obregon
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Sebastião Silva Soares
Universidade Federal do Tocantins, Brasil

Simone Alves de Carvalho
Universidade de São Paulo, Brasil

Stela Maris Vaucher Farias
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Tadeu João Ribeiro Baptista
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Tania Micheline Miorando
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Tarcísio Vanzin
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal de São Carlos, Brasil

Thiago Camargo Iwamoto
Universidade de Brasília, Brasil

Thyana Farias Galvão
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Valdir Lamim Guedes Junior
Universidade de São Paulo, Brasil

Valeska Maria Fortes de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Vanessa Elisabete Raue Rodrigues
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Vania Ribas Ulbricht
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Wagner Corsino Enedino
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Wanderson Souza Rabello
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Washington Sales do Monte
Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Wellington Furtado Ramos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES

Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc

Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

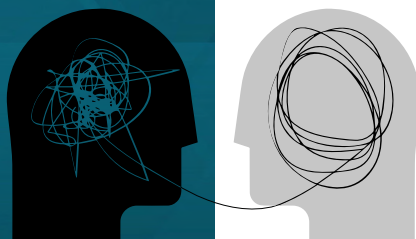
Adilson Cristiano Habowski
Universidade La Salle - Canoas, Brasil

Adriana Flavia Neu
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Aguimario Pimentel Silva
Instituto Federal de Alagoas, Brasil

Alessandra Dale Giacomini Terra
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Alessandra Figueiró Thornton
Universidade Luterana do Brasil, Brasil



Alessandro Pinto Ribeiro
Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Alexandre João Appio
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Aline Corso
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Aline Marques Marino
Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Brasil

Aline Patricia Campos de Tolentino Lima
Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil

Ana Emidia Sousa Rocha
Universidade do Estado da Bahia, Brasil

Ana Iara Silva Deus
Universidade de Passo Fundo, Brasil

Ana Julia Bonzanini Bernardi
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Ana Rosa Gonçalves De Paula Guimarães
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

André Gobbo
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Andressa Antonio de Oliveira
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Andressa Wiebusch
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Angela Maria Farah
Universidade de São Paulo, Brasil

Anísio Batista Pereira
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Anne Karynne da Silva Barbosa
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Antônia de Jesus Alves dos Santos
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Antonio Edson Alves da Silva
Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Ariane Maria Peronio Maria Fortes
Universidade de Passo Fundo, Brasil

Ary Albuquerque Cavalcanti Junior
Universidade do Estado da Bahia, Brasil

Bianca Gabriely Ferreira Silva
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Bianka de Abreu Severo
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Bruna Carolina de Lima Siqueira dos Santos
Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

Bruna Donato Reche
Universidade Estadual de Londrina, Brasil

Bruno Rafael Silva Nogueira Barbosa
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Camila Amaral Pereira
Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Carlos Eduardo Damian Leite
Universidade de São Paulo, Brasil

Carlos Jordan Lapa Alves
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Carolina Fontana da Silva
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Carolina Fragoço Gonçalves
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Cássio Michel dos Santos Camargo
Universidade Federal do Rio Grande do Sul-Faced, Brasil

Cecília Machado Henriques
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Cíntia Moralles Camillo
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Claudia Dourado de Salces
Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Cleonice de Fátima Martins
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Cristiane Silva Fontes
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Cristiano das Neves Vilela
Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Daniele Cristine Rodrigues
Universidade de São Paulo, Brasil

Daniella de Jesus Lima
Universidade Tiradentes, Brasil

Dayara Rosa Silva Vieira
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Dayse Rodrigues dos Santos
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Dayse Sampaio Lopes Borges
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Deborah Susane Sampaio Sousa Lima
Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

Diego Pizarro
Instituto Federal de Brasília, Brasil

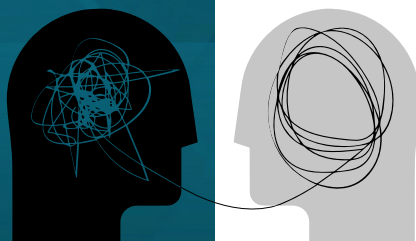
Diogo Luiz Lima Augusto
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

Ederson Silveira
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Elaine Santana de Souza
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Eleonora das Neves Simões
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Elias Theodoro Mateus
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil



Elisiene Borges Leal
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elizabeth de Paula Pacheco
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Eliizânia Sousa do Nascimento
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elton Simomukay
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Elvira Rodrigues de Santana
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Emanuella Silveira Vasconcelos
Universidade Estadual de Roraima, Brasil

Érika Catarina de Melo Alves
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Everton Boff
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Fabiana Aparecida Vilaça
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Fabiano Antonio Melo
Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Fabricia Lopes Pinheiro
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Fabício Nascimento da Cruz
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Francisco Geová Goveia Silva Júnior
Universidade Potiguar, Brasil

Francisco Isaac Dantas de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Francisco Jeimes de Oliveira Paiva
Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Gabriella Eldereti Machado
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Gean Breda Queiros
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Germano Ehler Pollnow
Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Glauco Martins da Silva Bandeira
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Graciele Martins Lourenço
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Handerson Leylton Costa Damasceno
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Helena Azevedo Paulo de Almeida
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Heliton Diego Lau
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Hendy Barbosa Santos
Faculdade de Artes do Paraná, Brasil

Inara Antunes Vieira Willerding
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Ivan Farias Barreto
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Jacqueline de Castro Rimá
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Jeanne Carla Oliveira de Melo
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

João Eudes Portela de Sousa
Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

João Henriques de Sousa Junior
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Joelson Alves Onofre
Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil

Juliana da Silva Paiva
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Junior César Ferreira de Castro
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Lais Braga Costa
Universidade de Cruz Alta, Brasil

Leia Mayer Eyng
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Manoel Augusto Polastrelli Barbosa
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Marcio Bernardino Sirino
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Marcos dos Reis Batista
Universidade Federal do Pará, Brasil

Maria Edith Maroca de Avelar Rivelli de Oliveira
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Michele de Oliveira Sampaio
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Miriam Leite Farias
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Natália de Borba Pugens
Universidade La Salle, Brasil

Patricia Flavia Mota
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

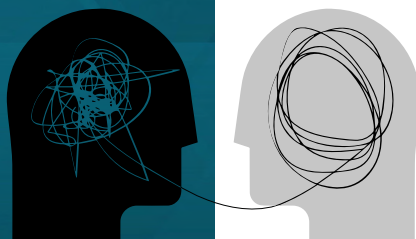
Raick de Jesus Souza
Fundação Oswaldo Cruz, Brasil

Railson Pereira Souza
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Rogério Rauber
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Samuel André Pompeo
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Simoni Urnau Bonfiglio
Universidade Federal da Paraíba, Brasil



Tayson Ribeiro Teles
Universidade Federal do Acre, Brasil

Valdemar Valente Júnior
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Wallace da Silva Mello
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

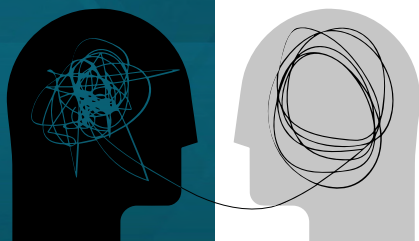
Wellton da Silva de Fátima
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Weyber Rodrigues de Souza
Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil

Wilder Kleber Fernandes de Santana
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

PARECER E REVISÃO POR PARES

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.



Direção editorial Patricia Biegging
Raul Inácio Busarello

Diretor de sistemas Marcelo Eyng

Diretor de criação Raul Inácio Busarello

Assistente de arte Lígia Andrade Machado

Assistente editorial Peter Valmorbida

Imagens da capa Pavlokravchenko, Kjpgargetter
Freepik.com

Editora executiva Patricia Biegging

Revisão Autores e autoras

Organizadoras Ana Taís Martins
Camila Freitas

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P474 Pesquisas comunicacionais em interface com arte, tecnologia, religião, meio ambiente. Ana Taís Martins, Camila Freitas - organizadoras. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. 304p..

Inclui bibliografia.
ISBN: 978-65-5939-088-5 (brochura)
978-65-5939-085-4 (eBook)

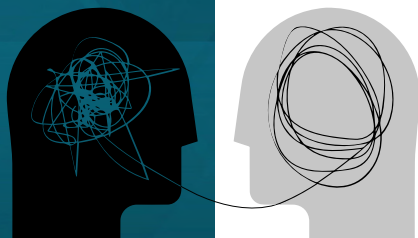
1. Comunicação. 2. Tecnologia. 3. Pesquisa. 4. Sociedade.
5. Organizações. I. Martins, Ana Taís. II. Freitas, Camila.
III. Título.

CDU: 659
CDD: 652

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854

PIMENTA CULTURAL
São Paulo - SP
Telefone: +55 (11) 96766 2200
livro@pimentacultural.com
www.pimentacultural.com

 **pimenta
cultural**
2 0 2 1



SUMÁRIO

Prefácio 13

Ana Taís Martins
Camila Freitas

Capítulo 1

Observatório da Comunicação Pública:
experiência, pesquisa, crítica e cidadania 19

Ana Javes Luz
Maria Helena Weber

Capítulo 2

Instituições e interesse público:
os processos de comunicação pública
como estratégia instituinte 38

Fiorenza Zandonade Carnielli

Capítulo 3

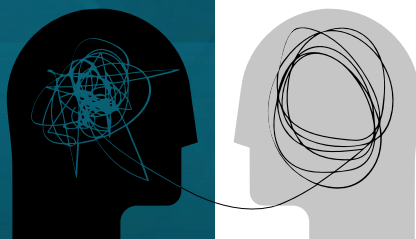
O comunicacional batuqueiro:
interface entre conceitos da comunicação
organizacional e da cultura 56

Sérgio Gabriel Fajardo
Rudimar Baldissera

Capítulo 4

A reconexão com o sagrado
em um contexto de dessacralização:
a importância da mídia nesse processo 73

Bibiana de Moraes Dias



Capítulo 5

**La vigencia del pensamiento de Armand
Mattelart en las reflexiones sobre cultura..... 85**

Yvets Morales Medina

Capítulo 6

**O corpo como produto social em narrativas
de telejornais sobre a violência urbana..... 98**

Grazielle Rodrigues de Oliveira

Capítulo 7

**O desejo de si e o amor neoliberal
em *Call Me By Your Name* 112**

Camila Freitas

Capítulo 8

**Pornocultura versus feminismo:
as SuicideGirls ao vivo no Facebook 129**

Marjuliê Angonese

Capítulo 9

**Mais do que apenas dedos rápidos:
performance e metagame
em *League of Legends* 149**

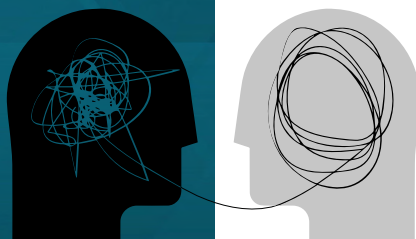
Tarcízio Macedo

Capítulo 10

**Representações, memória
social e comunicação..... 169**

Luis Fernando Herbert Massoni

Valdir José Morigi



Capítulo 11

**Delineamentos das pesquisas situadas
no interstício entre turismo e comunicação 186**

Priscila Gayer

Capítulo 12

**Problemas sociais indígenas
em cidades amazônicas: uma breve
análise contextual sobre a urbanidade
da vida indígena no Amazonas 208**

Gleilson Medins de Menezes

Gleides Medins de Menezes

Capítulo 13

**Fotografia e perspectiva simbólica:
das questões ambientais à imaginação terrestre..... 226**

Rayane Lacerda

Francisco Santos

Capítulo 14

**O perfil do cientista de dados no Brasil:
competências e níveis de senioridade..... 250**

Luciana Monteiro-Krebs

Ricardo Cappra

Marcelo Oliveira Coutinho de Lima

Capítulo 15

**Cloroquina e desinformação
sobre Covid-19 na mídia social do Brasil..... 273**

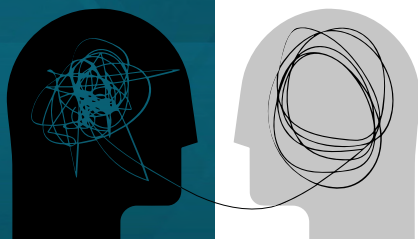
Felipe Bonow Soares

Raquel Recuero

Paula Viegas

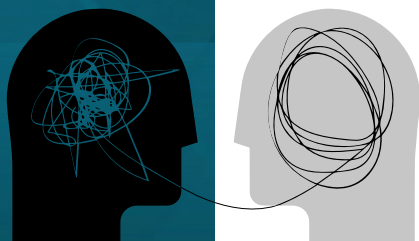
Carolina Bonoto

Luiz Ricardo Hüttner



Sobre os autores e as autoras 293

Índice remissivo..... 300

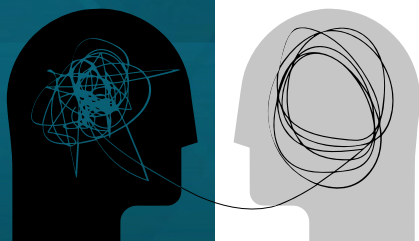


PREFÁCIO

Esta obra coletiva, intitulada *Pesquisas comunicacionais em interface com a arte, tecnologia, religião, meio ambiente*,¹ celebra os 25 anos de funcionamento do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). Fundado em 1995, o programa esteve ligado à área de concentração Comunicação e Informação, que também lhe dava o nome, inicialmente ofertando apenas o curso de mestrado. Em 2001, o curso de doutorado passou a funcionar no programa. Em 2019, foi redefinida a área de concentração e o programa renomeado para Pós-Graduação em Comunicação. Nesse quarto de século, se formaram pelo PPGCOM 273 mestres e 130 doutores, desenvolvendo-se e solidificando-se a sua vocação para a pesquisa de questões sensíveis à área da Comunicação e para a partilha social de seus resultados de investigação. A interação constante com a sociedade é característica do PPGCOM que, através de suas ações de extensão universitária e de suas pesquisas de campo, promove o diálogo e as trocas de experiências e conhecimentos com a comunidade.

Em 2020, vimos nossos dias em atravessamento com a pandemia do novo coronavírus, acontecimento que afetou de modo global as atividades humanas sem exceção, colocando-nos diante da premência de repensar nossas relações com o meio-ambiente, com os outros e com nós mesmos. Durante muitos meses, nenhum outro assunto pôde ocupar nossa atenção sem ser pautado, limitado, direcionado e contextualizado pela pandemia. Portanto, a celebração dos 25 anos do PPGCOM teve de ser redesenhada, resultando em homenagens e depoimentos de coordenadores,

1 Este livro foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.



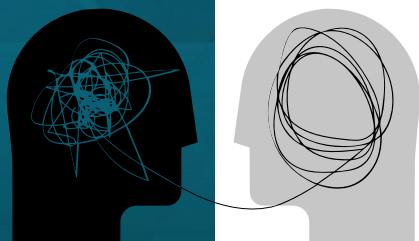
professores, estudantes e técnicos que pelo programa passaram, registrados em vídeos e publicados no canal do PPGCOM/UFRGS no YouTube e, também, na página do programa no Facebook (@ppgcomufrgs). Como parte da comemoração de aniversário, atuais discentes e docentes foram convidados a contribuir com coletâneas de livros do PPGCOM.

Segmentado em 15 capítulos, o presente livro é resultado de produções acadêmicas dos discentes do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul,

O primeiro capítulo, intitulado *Observatório da Comunicação Pública: experiência, pesquisa, crítica e cidadania*, assinado pela doutoranda Ana Javes Luz e pela docente Maria Helena Weber, se dedica à reflexão sobre as atividades e experiências do Observatório da Comunicação Pública (OBCOMP), que em agosto de 2020 completou 5 anos de atividades.

A proposta do segundo capítulo, *Instituições e interesse público: os processos de comunicação pública como estratégia instituinte*, escrito pela doutoranda Fiorenza Zandonade Carnielli, reflete sobre os processos de comunicação pública proporcionados a partir das instituições, apresentando uma possibilidade de abordagem institucional centrada nas perspectivas normativa, fática e estratégica.

Intitulado *O comunicacional batuqueiro: interface entre conceitos da comunicação organizacional e da cultura*, o terceiro capítulo é de autoria do mestrando Sérgio Gabriel Fajardo em coautoria com o docente Rudimar Baldissera e aborda os aspectos comunicativos presentes no Batuque gaúcho, atentando para o comunicacional materializado nos ilês em que a religião é praticada. No texto, os autores consideram os processos de comunicação organizacional a partir desse tipo específico de organização religiosa.

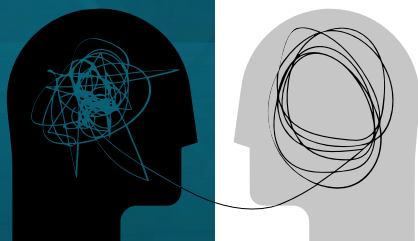


Em seguida, no quarto capítulo *A reconexão com o sagrado em um contexto de dessacralização: a importância da mídia nesse processo*, a discente de mestrado Bibiana de Moraes Dias discute sobre a importância das mídias para os movimentos de busca pela conexão com o sagrado, a partir de um levantamento bibliográfico baseado em publicações que abordam a relação do sagrado com o ser humano, os processos de dessacralização e a reconexão com o sagrado.

O quinto capítulo, *La vigencia del pensamiento de Armand Mattelart en las reflexiones sobre cultura*, é de autoria de Yvets Morales, discente de doutorado do programa. A partir das pesquisas e das reflexões que Mattelart elabora sobre a cultura, sua ancoragem no concerto internacional e as repercussões no nível local, o texto trata de quatro questões teóricas e conceituais necessárias para a compreensão da cultura nas relações de poder: ideologia, hegemonia, resistência e identidade.

O sexto capítulo intitulado *O corpo como produto social em narrativas de telejornais sobre a violência urbana*, assinado pela doutoranda Grazielle Rodrigues de Oliveira, analisa uma matéria do telejornal Bom dia Brasil, da Rede Globo, sobre arrastões em áreas nobres da cidade do Rio de Janeiro, propondo uma discussão sobre a segregação socioespacial, os efeitos discursivos das narrativas de telejornais no que tange a violência urbana e as suas correlações com a percepção social do corpo.

Intitulado *O desejo de si e o amor neoliberal em Call Me By Your Name*, o sétimo capítulo é assinado pela doutoranda Camila Freitas. O texto traz uma reflexão teórica sobre as práticas de liberdade presentes na diegese do filme *Call Me By Your Name*, as quais remetem ao processo de autonomia pessoal sustentado pelo modelo ideológico neoliberal, a partir do qual a “outridade” e amor-com-e-pelo-outro desaparecem.

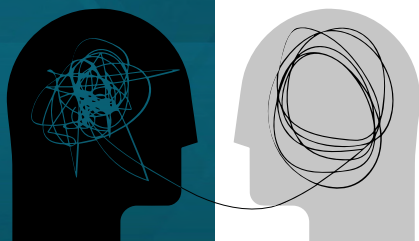


Na sequência, o oitavo capítulo é assinado por de Marjuliê Angonese, doutoranda do programa, e leva o título *Pornocultura versus feminismo: as SuicideGirls ao vivo no Facebook*. A autora discute sobre a subjetivação das ideologias feministas e de poder capitalístico nos discursos e performances de modelos *SuicideGirls*, a partir de análise de discurso realizada com base em vídeos e entrevistas semiestruturadas de *SuicideGirls*.

O nono capítulo *Mais do que apenas dedos rápidos: performance e metagame em League of Legends*, assinado pelo doutorando Tarcízio Macedo, consiste em uma discussão sobre a noção de performance no jogo competitivo *League of Legends* e debate a busca pela perícia enquanto um processo de especialização e aprendizagem intenso, focando em uma camada de performance considerada de alta produtividade e desempenho da jogabilidade, cuja função é ensinar-persuadir-convencer o quão bons são os jogadores.

Intitulado *Representações, memória social e comunicação*, o décimo capítulo do livro é de autoria do doutorando Luis Fernando Herbert Massoni em coautoria com o docente Valdir José Morigi. No texto, os autores propõem uma articulação teórica entre os estudos sobre representações coletivas sociais e os pressupostos do campo da memória coletiva social, objetivando traçar uma linha de pensamento que aproxime tais estudos, apontando o papel da comunicação em ambas as teorias.

Na sequência, o décimo primeiro capítulo tem autoria da doutoranda Priscila Gayer e leva o título *Delineamentos das pesquisas situadas no interstício entre turismo e comunicação*. A autora apresenta um panorama das pesquisas realizadas entre as áreas de estudo do turismo e da comunicação, a fim de compreender como suas temáticas se entrelaçam e como se configuram suas aplicações investigativas.

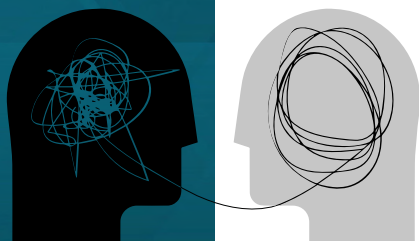


O décimo segundo capítulo do livro assinado por Gleilson Medins de Menezes, doutorando do PPGCOM UFRGS, em coautoria com Gleides Medins de Menezes – mestra pelo programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade do Estado do Amazonas –, analisa problemas sociais vivenciados por indígenas em cidades amazônicas, considerando o período entre 2014 a 2018.

O décimo terceiro capítulo leva o título *Fotografia e perspectiva simbólica: das questões ambientais à imaginação terrestre*, de autoria da mestrandia Rayane Lacerda em coautoria com Francisco Santos, doutor pelo PPGCOM UFRGS. O texto explora a noção de fotografia de natureza ao fazer uma leitura flutuante em busca das imagens presentes nos trabalhos de Cláudia Andujar e Araquém Alcântara.

A proposta do décimo quarto capítulo *O perfil do Cientista de Dados no Brasil: competências e níveis de senioridade* é identificar as competências dos Cientistas de Dados no Brasil e apontar seus níveis de senioridade a partir do mapeamento de proficiência em 25 competências oriundas de cinco disciplinas – Negócios, Tecnologia, Matemática, Programação e Estatística. O texto é assinado pela doutoranda Luciana Monteiro Krebs em coautoria com Ricardo Cappra, graduado em Processamento de Dados pela Universidade Luterana do Brasil, e Marcelo Oliveira Coutinho de Lima, doutor em sociologia pela Universidade de São Paulo.

O décimo quinto capítulo encerra a obra e se intitula *Cloroquina e desinformação sobre Covid-19 na mídia social do Brasil*. Assinado pelos discentes de doutorado Felipe Bonow Soares, Paula Viegas, Carolina Bonoto, Luiz Ricardo Hüttner e a docente Raquel Recuero, a proposta do texto é discutir a circulação de desinformação sobre o uso da hidroxicloroquina como cura ou tratamento para o Covid-19 em três plataformas: Twitter, Facebook e Instagram. A partir de análises



realizadas pelo grupo de pesquisa MIDIARS, os autores comparam as apropriações das três ferramentas para a circulação de desinformação.

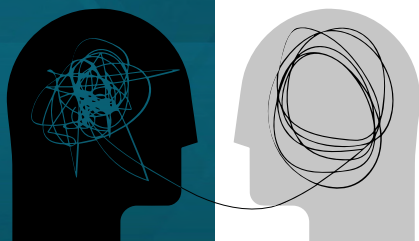
A todas e todos que fazem parte dessa história de 25 anos do PPGCOM da UFRGS, parabéns! A vocês, leitores e leitoras desse livro, nosso agradecimento pela abertura a esse diálogo.

Ana Taís Martins

Coordenadora do PPGCOM/UFRGS 2019-2021

Camila Freitas

Mestra e doutoranda pelo PPGCOM/UFRGS





1

Ana Javes Luz
Maria Helena Weber

OBSERVATÓRIO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA: experiência, pesquisa, crítica e cidadania

DOI: [10.31560/pimentacultural/2021.854.19-37](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2021.854.19-37)

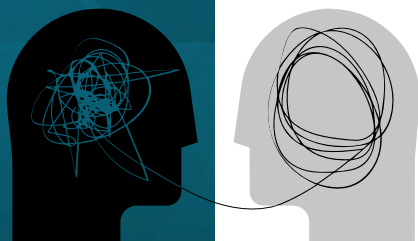
“Aparentemente, a crítica opõe-se ao comentário como análise de uma forma visível à descoberta de um conteúdo oculto”
(Michel Foucault – As palavras e as coisas)

INTRODUÇÃO

Refletir sobre a experiência do Observatório da Comunicação Pública (OBCOMP), que em agosto de 2020 completou 5 anos de atividades, é o objetivo deste artigo. O projeto está vinculado ao grupo de pesquisa Núcleo de Comunicação Pública e Política (Nucop), do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). A seguir, apresentamos o processo de monitoramento, captura, sistematização e crítica sobre temas de interesse público e sobre a pesquisa em comunicação pública acessíveis através do website www.ufrgs.br/obcomp.

O conceito norteador do OBCOMP é a comunicação pública concebida como instância de promoção do debate público sobre temas de interesse público, cujos dispositivos são indicadores de qualidade das democracias, com potencial mobilizador da opinião pública, da sociedade, das mídias hegemônicas e alternativas, da imprensa e das plataformas sociais digitais. Nessa direção, o Observatório da Comunicação Pública atua monitorando e capturando informações produzidas pelo Estado, pela mídia e pela sociedade para sistematizá-las, debatê-las e torná-las acessíveis, gerando novos debates, críticas e permitindo a ampliação da pesquisa acadêmica.

Três são as premissas teóricas que norteiam a reflexão sobre o Observatório como instância de qualificação da democracia. A primeira considera os princípios da comunicação pública, admitindo a comunicação como inerente às práticas democráticas e à política que, para tanto, investem em tecnologia, recursos financeiros e

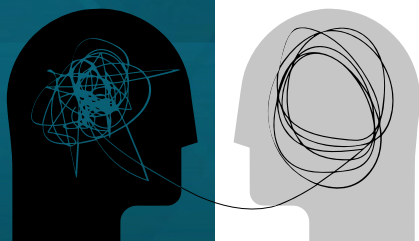


profissionais voltados à definição de estratégias, produtos e ações de relacionamento, visibilidade, disputa e *accountability* em nome do interesse público. Nessa perspectiva, as relações com as mídias e com a sociedade são determinantes para a existência de um debate público, assim como a promoção de determinados projetos, a disputa de versões sobre acontecimentos políticos e a desejada imagem pública favorável.

Uma segunda premissa diz respeito à cidadania e ao debate público sobre as políticas públicas engendradas pelos governos democráticos, que pretendem responder ao interesse público conformado pela Constituição brasileira e pela defesa de direitos humanos e sociais. No entanto, essas políticas são desenvolvidas, também, de acordo com interesses econômicos, privados e corporativos. Por isso, é importante promover o debate com a sociedade, tendo em vista a compreensão dessas políticas e suas consequências, bem como o desequilíbrio quando as mídias hegemônicas adotam a perspectiva privada e corporativa, reduzindo o debate do qual são promotoras e mediadoras.

Por fim, uma terceira premissa é relacionada ao impacto e à repercussão das políticas públicas identificáveis em três níveis: nos produtos, ações estratégicas, discursos adotados e publicizados pelos órgãos estatais junto aos públicos; nas notícias e opiniões que repercutem aspectos das políticas públicas na imprensa; e no discurso das organizações privadas sobre as ações públicas.

Diante dessa base teórica, as práticas do Observatório da Comunicação Pública atendem aos princípios de um debate público, com a exposição de abordagens sobre temas de interesse público e sobre comunicação pública. Seu foco é responder a questões teóricas, demandas e obtenção de resultados relacionados ao desenvolvimento de pesquisas nessa área do conhecimento. Em cinco anos de funcionamento, o projeto se consolidou como espaço de pesquisa,



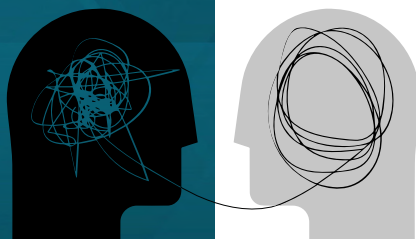
de produção crítica e de difusão de conhecimento, constituindo importante repositório da produção científica sobre comunicação pública no Brasil, além de ser espaço de debate, de resistência e de defesa da democracia.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA, A QUALIDADE DAS DEMOCRACIAS

O Observatório da Comunicação Pública está centrado teoricamente na perspectiva habermasiana do debate público e na fronteira das teorias da democracia deliberacionista, especialmente a abordagem de Esteves (2003; 2007; 2011)². A qualificação e precisão sobre esse conceito significa analisar suas práticas e ampliar o debate existente, através do acúmulo teórico (ensino, produção científica, eventos e publicações) sem perder a normatividade da “esfera pública” na perspectiva de Habermas (1984; 1997), da “democracia deliberativa” (BOHMANN, 2000) e as complexas relações entre as organizações midiáticas, as instituições políticas e a sociedade brasileira. Desse modo, o OBCOMP contribui para o debate público, princípio do estado republicano, considerando que Estado, sociedade e mídia debatem temas relacionados ao interesse público, a políticas públicas ou a decisões políticas. Se a qualidade das políticas públicas permite avaliar a qualidade ou os déficits da democracia, é o debate em torno desses temas que permite identificar os limites entre os interesses públicos e privados do próprio Estado, da mídia e das organizações direta e indiretamente atingidas.

A insistência em delimitar o uso do conceito comunicação pública de deve à necessidade de marcar diferenças entre interesses

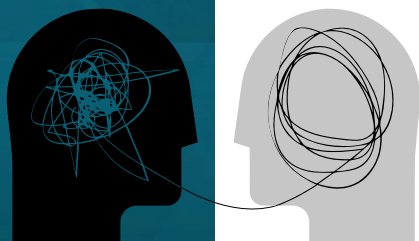
2 A produção científica gerada pelos integrantes do Núcleo de Comunicação Pública e Política (Nucop) indica avanços na interpretação e aplicação do conceito Comunicação Pública.



públicos e privados, isto é, quando o interesse público é reduzido a tema de interesses políticos e privados e, como tal, passa a orientar a produção de informação e, conseqüentemente, a mobilização de opiniões e ações em torno de decisões vitais.

Comunicação pública, assim como interesse público, é um conceito cuja semantização pode servir tecnicamente a qualquer ação oriunda de governos democráticos ou pode justificar a tomada de posição de órgãos de imprensa. Ao tentar ultrapassar a dimensão normativa do conceito, seus operadores simplificam e o reduzem a mídias, ações, produtos publicitários e informativos gerados pelas estruturas de comunicação governamental. Evidentemente que uma ação de comunicação produzida por um governo democrático poderá ser classificada quanto ao seu inevitável caráter público, assim como aquelas dos veículos de radiodifusão pública. No entanto, cabe identificar os limites dessa comunicação, ou seja, sua capacidade de promover o debate público sobre o tema em curso ou a limitação desse debate em torno de decisões pré-agendadas; promovendo a comunicação em benefício da sociedade ou dirigindo à formação de uma imagem pública favorável; divulgando informações ou investindo em propaganda.

Não são decisões excludentes à primeira vista, mas perspectivas que apontam para o paradoxo da visibilidade (WEBER; CARNIELLI, 2016), que é quando interesses públicos e privados de uma instituição pública aparecem inter-relacionados, seja na projeção do governante sobre o projeto ou na defesa deste por setores da imprensa, sem que a sociedade seja ouvida para a tomada de decisão. A circulação de opiniões e de informações, em escalas nacional, regional e local, através de rádios, televisões, jornais, revistas e mídias digitais, incidirão na formação da imagem pública, cuja repercussão poderá gerar índices de aprovação, apoio e votos. Por isso, a experiência do OBCOMP tem contribuído com a comunidade científica na reflexão sobre essas

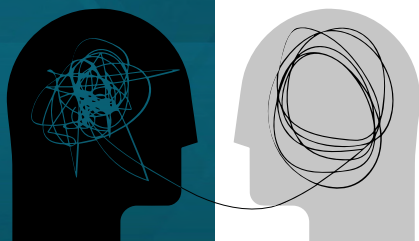


questões, especialmente a partir das pesquisas sobre comunicação pública que são capturadas e disponibilizadas em seu repositório.

O desenvolvimento das pesquisas permite elaborar a hipótese sobre as relações entre Estado, meios de comunicação de massa e sociedade a partir da comunicação sobre temas de interesse público, considerando a repercussão e a credibilidade sobre as ações e discursos dos poderes executivo, legislativo e judiciário. Fatos e informações desses poderes dependem da homologação das mídias e da sua inclusão a partir de critérios jornalísticos que, em tese, obedecem à verdade. Mas essa homologação dependerá, também, da abertura de espaços de visibilidade a partir dos interesses da empresa de comunicação, de cunho econômico, político, particular.

A problematização sobre a comunicação pública é formulada entre as dimensões da normatividade e a sua funcionalidade, a partir de três questões basilares (WEBER, 2011). A primeira, o *paradoxo da visibilidade*, está nos limites e sobreposições entre público e privado na publicização das ações públicas, dos discursos políticos e nas mídias dos poderes e instituições públicas. Enquanto o poder da tecnologia e a qualidade dos complexos sistemas de informação profissionalizaram e deram autonomia à comunicação dos poderes, as exigências de transparência, participação e *accountability* – inerentes à democracia – somaram-se às estratégias em busca da imagem pública adequada à disputa de opiniões e votos.

A segunda, o *poder da imprensa*, está vinculada à relação entre as instituições democráticas e o papel de vigilância e mediação desempenhado pelo jornalismo. Essa condição, própria da imprensa, poderia indicar que o interesse público seria defensável em quaisquer circunstâncias, preservadas a liberdade e autonomia de pensamento e opinião. No entanto, a produção científica sobre agendamentos e enquadramentos demonstram as contradições sobre a posição da



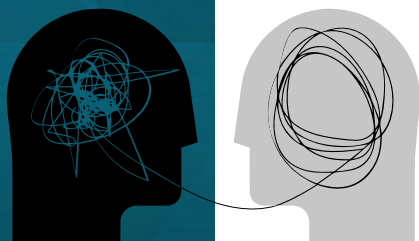
mídia em relação ao interesse público, assim como a defesa de seus próprios interesses sobre a política.

A terceira, a *dicotomia público-privado*, está centrada na proposição, reação, comunicação e ações provocadas pelas instituições sociais e organizações privadas, a partir de políticas ou ações públicas. Essas instituições e organizações privadas podem ingressar no debate público a partir das manifestações do Estado e da mídia. Podem, também, abordar um determinado tema de interesse público como evento ou campanha publicitária para provocar o Estado, atrair a mídia, ou ser produzido pelas próprias organizações midiáticas, pois as estratégias das empresas em torno da promoção do interesse público – que lhes convém – transformaram-se em referência para colaborar com projetos e temas da alçada do Estado, com espaço garantido na mídia. Por outro lado, sindicatos de classe e associações diversas fazem greves, manifestações de ruas e tentam dialogar com o Estado mas, apenas eventualmente, recebem cobertura midiática.

Compreender a dimensão normativa da Comunicação Pública significa também promover a cidadania, cujo estatuto é definidor da democracia e está relacionado à participação social. Nessa perspectiva, cidadania é conceito instituinte da comunicação pública e, operacionalmente, a participação da sociedade no debate sobre temas de interesse público qualifica a democracia. Na perspectiva epistemológica, é o exercício da cidadania que tensiona a comunicação pública.

OBSERVATÓRIOS: ESPAÇOS DE PESQUISA E DE CIDADANIA

Os observatórios foram temas de pesquisa abordados por Braga (2006); Christofolletti e Motta (2008); e Téllez (2011), com análise

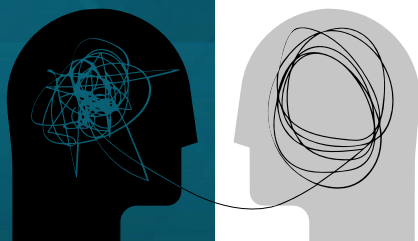


focada, especialmente, na imprensa e no jornalismo. A crítica à mídia acompanha os estudos sobre a comunicação desde seu ingresso como campo científico e o poder dos mídias de massa e a relação entre a difusão de informações, propaganda e a opinião pública ainda são temas complexos e atuais.

Os observatórios que vigiam as mídias são entendidos por Braga (2006, p.36) como interação entre mídia e a sociedade, sendo que esta se organiza “para tratar a própria mídia, desenvolvendo dispositivos sociais com diferentes graus de institucionalização, que dão consistência, perfil e continuidade a determinados modos de tratamento (...)”. Segundo o autor, o exercício da crítica permite a defesa de valores sociais e o enfrentamento com a mídia.

A identificação de observatórios e ouvidorias por Téllez (2011, p.74-5) aponta para três aspectos importantes. Primeiro, a diversidade de especialistas, profissionais e pesquisadores empenhados na reflexão sobre “temas e problemáticas que interpelam a esfera pública comunicativa da democracia” possui “um caráter particularmente propositivo na medida em que, ao fazer uma aproximação às suas lógicas de produção e rotinas jornalísticas, se busca diminuir alguns dos efeitos gerados pela crescente concentração midiática”. Em segundo lugar, ressalta “o sistema de informação gerado pelos observatórios que tem como ferramenta fundamental a presença das tecnologias de informação e comunicação” que permitiria “contato e interação permanente com seus usuários”. Por último, aponta para o “trabalho pedagógico” dos observatórios realizados em instituições de ensino e pesquisa, salientando que “é particularmente importante no interior das faculdades de comunicação”.

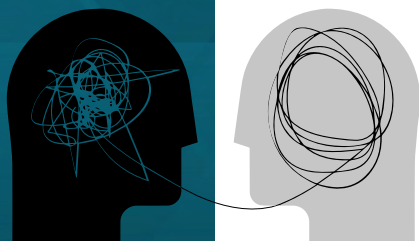
O conceito de cidadania está vinculado ao conceito de comunicação pública devido à expectativa do debate público e da participação social. O que os une é a variável política e os cenários históricos que permitem identificar seus movimentos. Já a tensão



entre os dois é provocada pela complexidade dos elementos que os instituem, com diferentes objetivos, valores, interesses, relações, classes, cultura, responsabilidades e modos de participação nos processos e instituições da democracia contemporânea.

Relacionar cidadania à comunicação pública e aos observatórios é trazer à tona os debates sobre o direito à Comunicação e à Informação que, desde a década de 60, mobilizam instituições sociais, acadêmicas e políticas; geram documentos e legislação que, em tese, garantem esses direitos. No entanto, o poder das mídias de massa/hegemônicos mantêm o espaço aberto sem que as conquistas jurídicas e políticas tragam resultados concretos na participação do cidadão quanto ao controle das mídias de concessão pública e quanto ao seu acesso à informação. Os observatórios são, portanto, dispositivos que permitem tensionar os indicadores de qualidade das democracias, assim como da mídia hegemônica e a da comunicação do Estado. Se a diluição contemporânea entre interesses públicos e privados não altera significativamente a estrutura das democracias, a defesa da comunicação pública é o indicador de qualidade do sistema democrático (WEBER, 2017).

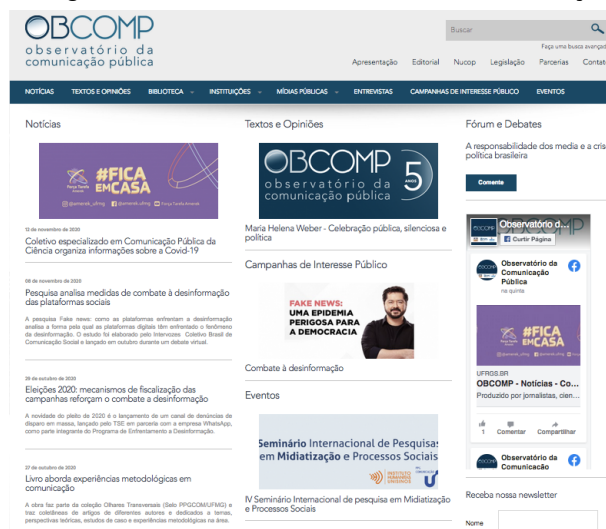
Foi a necessidade de mapear e identificar esses processos, tão caros aos campos da comunicação, da ciência política e da sociologia, que justificou a idealização do OBCOMP e favoreceu a convergência de diferentes pesquisadores na sua concretização. Essa justificativa é ampliada pela disponibilização pública do conjunto de informações que o projeto captura e sistematiza, para que sejam debatidas, analisadas, estudadas, fortalecendo sua importância para os campos científico e político.



A CONSTRUÇÃO DO OBSERVATÓRIO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A criação do OBCOMP se deu como resposta à constatação de que, quando da sua criação, havia baixo índice de registros e alta dispersão de dados sobre experiências e pesquisas relacionadas à comunicação pública no Brasil. O projeto atendeu à necessidade de criar um espaço único de captura, organização e de acesso a essa produção, bem como de fomentar o debate público sobre temas de interesse público, tornando todo o material disponível a pesquisadores e cidadãos. Assim, o Observatório adotou por objetivo monitorar temas de interesse público e a sua repercussão em meios de comunicação de massa, na imprensa, na academia, na sociedade e em sistemas de comunicação do Estado, a fim de fomentar debates e disponibilizar a produção científica na área da Comunicação Pública.

Figura 1: Página inicial do site do Observatório da Comunicação Pública



Fonte: www.ufrgs.br/obcomp. Acesso em 15/11/2020

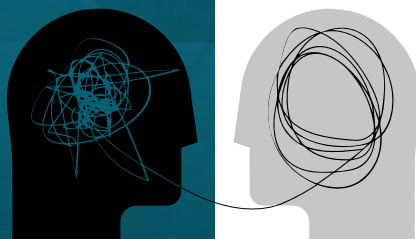
O projeto foca em duas grandes ações: primeiro, ser um repositório compartilhado que organiza, classifica e disponibiliza informações sobre processos, pesquisas, produção científica, organizações, sistemas e produtos relacionados a instituições públicas, interesse público e à comunicação; segundo, estimular o exercício da crítica acadêmica relacionada a fatos, informações, propaganda e produtos que abordem temas de interesse público.

Seu funcionamento se operacionaliza através de seis ações inter-relacionadas, a saber: (i) monitoramento; (ii) produção de conteúdo; (iii) análise e crítica; (iv) sistematização da produção científica; (v) participação e (vi) divulgação. Os conteúdos são organizados em torno do eixo temático “interesse público”, a partir de produtos como a comunicação institucional produzida pelo Estado, governos, instituições e atores da política; a comunicação midiática, abrangendo a programação e editoriais dos mídias hegemônicas e alternativos; a comunicação organizacional produzida por empresas privadas e entidades representativas que reagem de modo positivo ou negativo a políticas públicas de comunicação.

A primeira etapa para a concretização do projeto foi a captura e classificação de dados e informações sobre a produção científica ligada à comunicação pública; bem como da legislação, dos sistemas de comunicação do Estado e meios públicos de comunicação; de campanhas publicitárias de utilidade pública ou vinculadas a temas de interesse público. Em seguida, a equipe passou a definir pautas, redigir notícias, realizar entrevistas e produzir textos analíticos, sempre abordando temas de interesse público, em especial aqueles ligados à pesquisa em comunicação pública.

Em novembro de 2020³, o site do projeto contabilizava 428 notícias publicadas, 48 textos opinativos, oito entrevistas exclusivas, três resenhas de livros e duas aulas abertas; além de já ter divulgado 190 eventos acadêmicos e compilado 98 campanhas de interesse

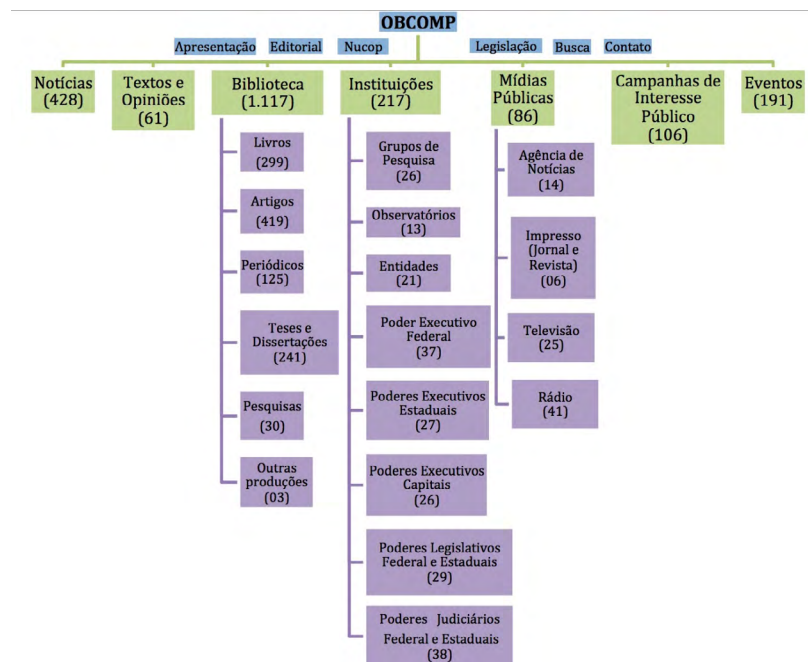
3 Dados atualizados até 09.Nov.2020



público. Entre agosto de 2019 e agosto de 2020, recebeu mais de 19 mil visitas – uma média de 1,5 mil acessos por mês.

Uma das seções mais acessadas no Observatório, e a que o firma como importante repositório acadêmico da área, é a Biblioteca, que disponibiliza 241 teses e dissertações sobre os temas da comunicação pública, comunicação política, comunicação de Estado e governamental, opinião pública, esfera pública e deliberação, mobilização social, jornalismo e interesse público, mídias e internet; além de referenciar 299 livros, 419 artigos, 125 periódicos, com indicação de Qualis/Capes; 30 Grupos de Pesquisa e 13 observatórios. O mapa do site (Figura 02) apresenta a quantidade de conteúdos/referências de cada seção.

Figura 2: Mapa do site do Observatório da Comunicação Pública e quantidades dos conteúdos disponibilizados nos cinco primeiros anos do projeto



Fonte: Desenvolvido pelas autoras

O projeto possui ainda um canal na plataforma de vídeos *Youtube*⁴, na qual armazena aulas abertas, entrevistas e depoimentos; e possui uma *fanpage* na plataforma social Facebook⁵, com quase dois mil seguidores⁶. A interface entre website e plataformas sociais digitais proporciona um fluxo permanente de acessos, entre usuários frequentes e ocasionais.

Por fim, dois conselhos garantem o cumprimento dos objetivos do OBCOMP e a solidez do projeto: o Conselho Consultivo e o Conselho Deliberativo, constituídos por dezenas de professores e pesquisadores⁷ ligados a universidades nacionais e internacionais. A estrutura técnica é composta por pesquisadores, docentes, doutorandos e mestrandos do grupo de pesquisa Núcleo de Comunicação Pública e Política (Nucop).

CINCO ANOS FORTALECENDO A PESQUISA ACADÊMICA

Ao completar cinco anos de atividade, o Observatório da Comunicação Pública se consolidou como repositório acadêmico, bem como espaço de vigilância e de debate público. A representatividade do material disponibilizado contribui para a pesquisa, para a produção científica e para a docência, se o tema é comunicação pública.

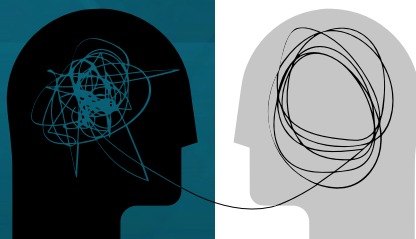
O OBCOMP é a demonstração de como as universidades – especialmente as públicas – devem se comunicar, realizar a comunicação pública ao fazer a divulgação da sua produção científica, abrir suas portas para debater temas

4 Disponível em bit.ly/YoutubeObcomp Acesso em 10.Nov.2020

5 Disponível em www.facebook.com/obcomp Acesso em 10.Nov.2020

6 Dado atualizado em 10.Nov.2020

7 Disponível em www.ufrgs.br/obcomp/apresentacao Acesso em 10.Nov.2020



de relevância para a sociedade. Somente na universidade é possível expor e debater temas complexos e polêmicos como religião, política, aborto, racismo, loucura, *fake news*, e, atualmente, a pandemia nas dimensões sanitárias, psíquicas e pedagógicas. (WEBER, 2020).

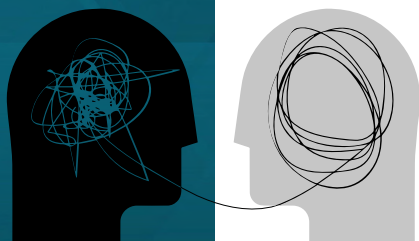
Para o coordenador da área de Comunicação e Informação junto à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), Edson Fernando Dalmonte, nesses cinco anos o OBCOMP demonstrou “capacidade de rastrear, mapear, monitorar tanto o que é discutido como o que não é discutido, aquilo que é silenciado por interesses distintos e, às vezes, ocultos”. Avaliação semelhante faz o coordenador do Observatório da Ética Jornalística (objETHOS), projeto ligado ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (POSJOR/UFSC):

Está na nossa Constituição Federal que o país precisa ter um sistema de radiodifusão composto por veículos privados, estatais e públicos. Os dois primeiros nós já temos, mas falta ao país uma comunicação pública forte e bem distribuída. O OBCOMP é uma importante iniciativa da UFRGS para pesquisar, acompanhar e ajudar a exigir que essa condição se cumpra. (CHISTOFOLETTI, 2020)⁸

A fim de ampliar sua atuação, o Observatório se uniu a outras iniciativas de pesquisa no campo da Comunicação. Em 2016, o OBCOMP passou a integrar, através do Nucop, o Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD), rede de pesquisa formada por 26 laboratórios e grupos de pesquisa brasileiros e 23 instituições estrangeiras, incluindo 3 dos 4 maiores centros de pesquisa na área de democracia digital do mundo⁹. E, em 2020, o projeto se uniu na criação da Rede Nacional de Combate à Desinformação (RNCD), iniciativa que reúne projetos e instituições

8 Disponível em <http://www.ufrgs.br/obcomp/noticias/0/1881/pesquisadores-parabenizam-obcomp-pelos-cinco-anos/> Acesso em 10.Nov.2020

9 Disponível em <https://inctdd.org/pesquisa/rede-de-pesquisa/> Acesso em 10.Nov.2020



diversas – entre universidades, agências de notícias e de fact-checking, observatórios, revistas, projetos de comunicação educativa para a mídia etc. – para combater a desinformação no Brasil. Para Ana Regina Rêgo, idealizadora da RNDC e presidenta Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (SOCICOM),

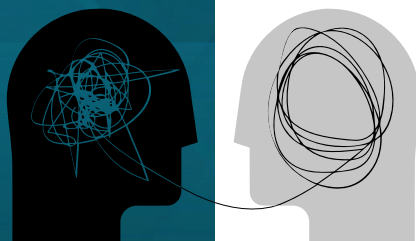
Em tempos sombrios precisamos estar mais atentos ao mercado da informação onde a desinformação também se faz presente, disputando espaço mercadológico, formando opiniões e alinhando pensamentos. O Observatório da Comunicação Pública - OBCOMP, da UFRGS, tem cumprido de forma rigorosa e primorosa o papel de vigilância e denúncia das narrativas desinformacionais que circulam entre Estado, mídia e sociedade. (RÊGO, 2020).¹⁰

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atuar com o monitoramento de temas e instituições permite qualificar e delimitar o conceito Comunicação Pública por ampliar o debate existente, gerando acúmulo teórico a partir da exposição das práticas desenvolvidas pelas instituições. Na perspectiva técnica, levantar dados e informações, agrupá-los, criticá-los, debatê-los e facilitar acesso, via um dispositivo como o Observatório da Comunicação Pública, significa pesquisar um dos processos mais complexos sobre as relações, direitos e deveres dos poderes públicos com a sociedade.

A identificação e análise da comunicação do Estado Brasileiro permite problematizar questões de ordem ética (limites entre o público e o privado); de ordem estética (qualidade da produção nas emissoras públicas); de ordem profissional (formação de técnicos e especialistas e a ampliação do campo de trabalho no Estado); de

¹⁰ Disponível em <http://www.ufrgs.br/obcomp/noticias/0/1881/pesquisadores-parabenizam-obcomp-pelos-cinco-anos/> Acesso em 10.Nov.2020

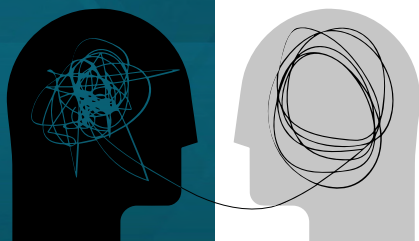


ordem técnica (espaços e sistemas das tecnologias da informação e comunicação) e de ordem política (limites da informação, propaganda e publicização). São questões complexas que exigem referencial teórico e investigação empírica acurada para abordá-las, ou seja, para identificar os limites e convergências entre o público e o privado quando o assunto é a comunicação de governo; a autonomia da informação de governo e das grandes mídias; a abrangência da comunicação pública, e a estrutura financeira, profissional e tecnológica que sustenta a comunicação das instituições.

A criação e implementação do OBCOMP permitiu e permite acompanhar, monitorar, organizar e tornar acessíveis informações e caminhos sobre a comunicação pública e as respectivas instâncias para sua produção. Neste sentido contribui para a qualidade da produção científica, para a formulação da crítica e para o debate sobre temas de interesse público constitutivo da qualidade da democracia. O acúmulo de informações oferece subsídios para a reflexão sobre a precisa relação entre direito à informação, à comunicação e à cidadania.

Como afirma Ana Javes Luz (2020), o OBCOMP é “espaço de reflexão acadêmica e de registro dos acontecimentos da sociedade, da mídia e do Estado”. Como tal, cabe ao projeto “jogar luzes sobre os deveres de cada integrante dessa tríade. Somente comprometidos com a transparência pública e com o interesse público teremos uma comunicação verdadeiramente democrática”.

A experiência aqui relatada abriga, ao mesmo tempo, um acervo no campo da Comunicação Pública e uma crítica contextual sobre temas de interesse público associados a instituições e mídias massivas. O projeto se consolida como repositório de pesquisas e demais produções científicas da área, catalogando e disponibilizando para livre acesso a produção intelectual no formato de teses, dissertações, publicações e produtos técnicos e científicos.

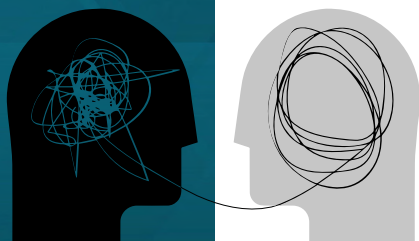


O OBCOMP ocupa um espaço destinado ao debate público e ao acúmulo teórico sobre comunicação pública, permitindo o exercício da cidadania ao reunir e disponibilizar informações sobre as relações mídia, sociedade e Estado; sobre estruturas e meios de produção de comunicação estatal e governamental; sobre a produção intelectual vinculada às práticas da comunicação pública. Não existe nada semelhante no espaço acadêmico. Ao mesmo tempo, o material disponibilizado permite aprofundar o conceito Comunicação Pública para além da comunicação de Estado e, nesse sentido, há um debate e aprendizado contínuos.

A circulação de informações e críticas no espectro da comunicação pública mantém em evidência o debate público sobre o poder dos meios de comunicação e das redes sociais em relação à constituição da cidadania, da democracia e das formas de comunicação do Estado e de suas instituições. Esse é o impacto: a acessibilidade a endereços, sistemas e produção de comunicação pública que pode qualificar a produção científica e a compreensão das relações políticas, através de processos e debates de comunicação.

Com a hipótese ordinária sobre a diluição acelerada entre interesses públicos e privados, é preciso demarcar a supremacia do público sobre o privado e entender os limites destes, quando o Estado se comunica; quando a sociedade se manifesta; quando as mídias participam desse debate. Assim, o problema principal reside em questões relacionadas aos principais atores do debate político numa esfera pública e à identificação da comunicação pública.

O funcionamento do OBCOMP permite experimentar a hipótese de que a comunicação pública ocorre somente quando estes três níveis (Estado, sociedade e mídia) debatem temas relacionados ao interesse público, à política pública ou a decisões políticas. Por isso, a necessidade de mapear e identificar os processos de comunicação pública, tão caros à comunicação, ciência política e à sociologia, criou



a estrutura do OBCOMP e o mantém como centro vital de pesquisa, crítica e cidadania.

REFERÊNCIAS

BOHMAN, John. *Public deliberation: pluralism, complexity and democracy*. Massachussets: MIT, Press, 2000.

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga. *Observatórios de mídia: olhares da cidadania*. São Paulo: Paulus, 2008.

ESTEVES, João Pissarra. *Sociologia da Comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

ESTEVES, João Pissarra. *A ética da comunicação e os media modernos. Legitimidade e poder nas sociedades complexas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007.

ESTEVES, João Pissarra. *Espaço público e democracia: comunicação, processos do sentido e identidade sociais*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

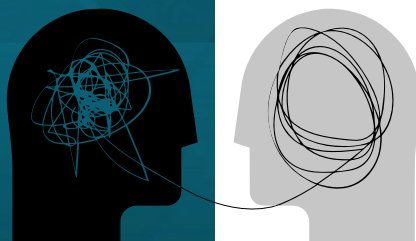
FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1967.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia: entre facticidade e validade, volume I*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

LUZ, Ana Javes. *Fiscalizar a comunicação governamental é fortalecer a democracia*. OBCOMP, 2020. Disponível em <http://www.ufrgs.br/obcomp/textos-opinioes/1/1874/ana-javes-luz-fiscalizar-a-comunicacao-governamental-e-fortalecer-a-democracia/> Acesso em 10.Nov.2020.

TÉLLEZ, Maria Patrícia. *Observatório e ouvidorias: experiências de crítica midiática e cidadania na América Latina*. 2011. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

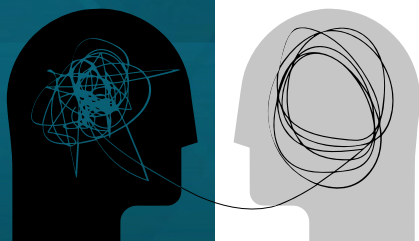


WEBER, Maria Helena; CARNIELLI, Fiorenza Zandonade. A comunicação de instituições públicas e o paradoxo da visibilidade estratégica. In: *25º Encontro Nacional Compós*, 2016, Goiânia. Anais. GOIÂNIA: XXV COMPÓS, 2016.

WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (Org.). *Comunicação Pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

WEBER, Maria Helena. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, Maria. Helena; COELHO, Maria. P.; LOCATELLI, Carlos. (Org.). *Comunicação Pública e Política: pesquisa & práticas*. Florianópolis: Insular, 2017, v. 1, p. 23-56.

WEBER, Maria Helena. *Celebração pública, silenciosa e política*. OBCOMP, 2020. Disponível em <http://www.ufrgs.br/obcomp/textos-opinioes/1/1884/maria-helena-weber-celebracao-publica-silenciosa-e-politica/> Acesso em 10.Nov.2020.





2

Fiorenza Zandonade Carnielli

INSTITUIÇÕES E INTERESSE PÚBLICO: os processos de comunicação pública como estratégia instituinte

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.38-55

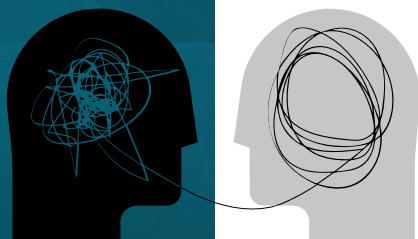
INTRODUÇÃO

Este artigo reflete sobre os processos de comunicação pública proporcionados a partir das instituições¹¹, apresentando uma possibilidade de abordagem institucional centrada nas perspectivas normativa, fática e estratégica¹². A partir do marco teórico da comunicação pública, assume-se o pressuposto de que ela atua como qualificadora das democracias ao colocar em circulação temas de interesse público que acionam as pessoas. A abordagem passa pelo sistema político, tomando a democracia como sua condição, e por uma base teórica que articula conceitos de espaço público, esfera pública, além do tensionamento entre interesses públicos e privados. Considera que a comunicação pública promotora do debate público se dá pela circulação de temas de interesse na esfera pública, inclusive midiática, incitada por manifestações sociais, pela sociedade organizada, seus cidadãos e também pelo Estado e suas instituições (WEBER, 2007, 2009, 2011).

A visão para a instituição a partir da comunicação pública pretendida neste artigo significa olhar para as instituições e buscar perceber como elas articulam sentidos públicos, questões de interesse público e, portanto, são sujeitos da comunicação pública. A partir desse propósito, o texto está organizado a seguir em quatro itens. O primeiro deles é dedicado ao entendimento da comunicação como estratégia instituinte das instituições. A seguir, trata-se a conceituação da comunicação pública, com destaque para a articulação necessária entre os aspectos normativos e fáticos, de forma a não conduzir uma

11 O texto reporta aos resultados da dissertação de mestrado intitulada *A cidadania e a sua instituição: estudo de comunicação pública sobre a Defensoria do Rio Grande do Sul*, que foi premiada com o segundo lugar no Prêmio Abrapcorp de Teses e Dissertações - Edição 2016.

12 Na dissertação de mestrado, a autora assume essas três perspectivas como categorias de análise para o seu objeto de pesquisa identificado nos processos de comunicação da Defensoria Pública do Rio Grande do Sul (CARNIELLI, 2016).

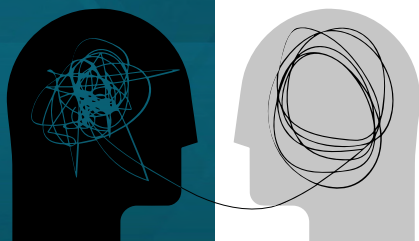


análise puramente racional, distante das práticas concretas, e sem abrir mão da fundamental orientação ética. Em terceiro lugar, aborda-se o caráter estratégico associado à comunicação pública e sua aproximação com a comunicação organizacional, com uma noção marcadamente relacional da estratégia. É com base no entendimento da comunicação pública sustentado nesses itens que, por fim, apresenta-se uma proposta de abordagem da instituição a partir de três perspectivas: normativa, fática e estratégica.

COMUNICAÇÃO INSTITUINTE

Para o entendimento da instituição é fundamental o acento em seu caráter permanentemente instituinte, o que significa não se limitar aos aspectos funcionais a ela associados, mas sobretudo atentar para os processos de interação comunicacional identificados com a própria gênese institucional. Portanto, a compreensão da comunicação faz referência ao paradigma relacional, que aborda as interações comunicativas (FRANÇA, 1998) travadas pelos sujeitos individuais e coletivos na afirmação dos sentidos que dizem de si e do mundo.

Castoriadis (1982) defende que as relações sociais são instituídas porque “foram estabelecidas como maneiras de fazer universais, simbolizadas e sancionadas” (p. 151). Isso implica uma abordagem de um sujeito ativo que trabalha sobre si mesmo, “é o sujeito efetivo e totalmente penetrado pelo mundo e pelos outros” (p.128). Reconhecer essa proposição demanda entender a instituição como sujeito coletivo em ação e atentar para os sentidos apresentados e representados na interação dos seus atores. “A vida institucional de uma sociedade não se sustenta, não se preserva e não se transforma senão mediada pelas diferentes práticas e processos comunicativos empreendidos por sua coletividade” (FRANÇA e CORRÊA, 2012, p. 11). Em outras palavras,



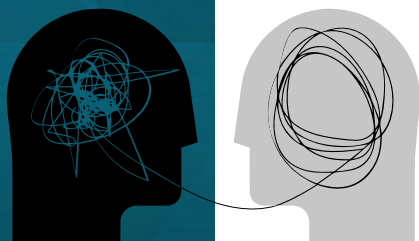
ao olhar uma instituição, a busca é por perceber o que a institui, o que se dá, necessariamente, por meio do processo comunicacional.

Usualmente, a atenção à instituição convoca o olhar para as questões formais, as regras postas em funcionamento, aquilo que normatiza e institucionaliza formalmente ou legalmente. Como indica Castoriadis (1982), o enfoque não deve estar apenas no âmbito racional e funcional das instituições, mas também no simbólico. O olhar comunicacional está “no processo de gênese de sentido, e não nos sentidos já sancionados e longamente estabelecidos” (BRAGA, 2010, p.49). Ou seja, é preciso ver as regras antes de estarem postas, como processo e estratégia, como prática social e interacional.

Ao abordar a institucionalização como processo fundamental para a construção social da realidade, Berger e Luckmann (1998) destacam a exigência da legitimação para o mundo institucional, pois é necessário interpretar o significado das instituições em várias fórmulas legitimadoras, capazes de contar a mesma história e transformar a memória biográfica de uma geração em legitimação para a próxima geração.

Partindo desse entendimento mais amplo da instituição social como um todo – conforme abordagem de Castoriadis (1982), Berger e Luckmann (1998) e Braga (2010) – é possível tomar a instituição formalizada (usualmente também nomeada *organização*), atentando para seu processo instituinte, portanto comunicacional. Ao colocar em comunicação os atores e ao se comunicar, a instituição ativa o próprio processo de institucionalização e viabiliza as interações sociais em seu âmbito.

Assim sendo, para abordar uma instituição é necessário pensar nos sentidos que a constituem, criam identificação e permitem seu reconhecimento. Dessa forma, veem-se as interações comunicativas como viabilizadoras dos sentidos comuns, ou seja, como processo

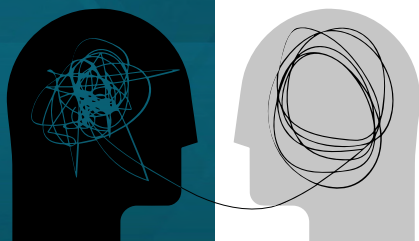


instituinte da instituição, tanto internamente (na interação com seus sujeitos), como externamente (na interação com outras instituições e sujeitos sociais). Ou seja, para dentro ou para fora, a instituição se afirma e se reafirma, conquista espaço e reconhecimento, comunicando-se. Porque a instituição não pode se instituir por outro processo que não seja o da interação comunicacional.

Nesse contexto, para as instituições, comunicar é uma questão de existência: é estratégia instituinte. O ato de comunicar é (re)criador por natureza da instituição e essa (re)criação só pode acontecer na interação comunicativa dos sujeitos. Por isso, a comunicação é assumida como estratégia instituinte da instituição. Isso quer dizer, antes de tudo, reconhecer a comunicação como fundante para uma instituição, configurada formalmente como uma organização pública ou privada. Portanto, a comunicação é entendida como condição primeva das instituições.

Tomar a comunicação como condição fundante de uma instituição significa que a sua abordagem enquanto fenômeno será, necessariamente, comunicacional. Portanto, a abordagem comunicacional da instituição deve ser feita sem reduzi-la aos aspectos funcionais, mas conciliando os processos simbólicos do instituir social. A visada à instituição aqui proposta está direcionada às suas ocorrências mais formalizadas ou oficializadas, como é o caso de uma instituição pública ou de organizações privadas e sociais não-governamentais.

Ou seja, assume-se que, em um nível mais formalizado e oficializado (e apenas aí), as instituições equivalem às organizações – fazendo o destaque necessário de que nem toda organização pode ser tomada como instituição, embora toda organização possa, idealmente, acionar processos de institucionalização. Por isso, o campo de conhecimento da comunicação organizacional oferece



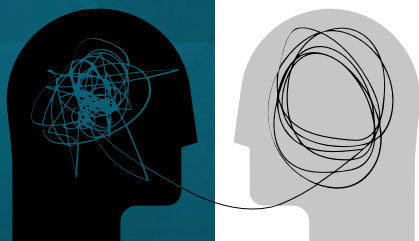
suporte conceitual para a abordagem dos processos comunicacionais que se desenvolvem nos âmbitos institucionais mais formalizados.

A instituição percebida enquanto encontro de sujeitos é espaço e prática de organização de sentidos do mundo e da atuação desses sujeitos nele. Assim, toma-se a instituição como espaço em que, incitados pelo encontro com o outro, os sujeitos oferecem e reconhecem significados. Esses significados, (re)estabelecem o lugar no mundo desses sujeitos e da própria instituição. Ou seja, é o agir comunicacional, a produção de sentidos, que institui a própria instituição em uma atividade fundadora e permanente.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA: ENTRE NORMA E FACTICIDADE

Trabalhar a partir da perspectiva da comunicação pública significa, primeiramente, fazer valer o papel central da comunicação para a compreensão da sociedade, entendendo que todo sentido social é forjado por meio de processos de interação comunicacional. Implica, igualmente, assumir que a comunicação pública traduz a democracia no sentido de que operacionaliza critérios democráticos fundantes como acessibilidade e discutibilidade, a partir dos quais são processadas as exigências de legitimidade do exercício do poder. Nesse sentido, como defende Esteves (2011), a comunicação pública é afirmada como *medium por excelência de cidadania*.

Para a definição de comunicação pública retoma-se o entendimento do que seja o *público*. O domínio público é plural por definição, o que significa que implica relação e reconhecimento permanente da alteridade. É resultado do exercício da possibilidade de verificar identidade apesar das diferenças de perspectivas

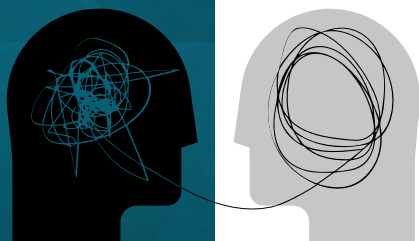


representadas nesse espaço. Para definir o termo público, Arendt (2014) chama atenção a dois aspectos, o primeiro deles que público significa aquilo que é ouvido e visto por todos, destacando que o senso de realidade depende da aparência e, portanto, de um espaço de visibilidade compartilhado. “A presença de outros que veem o que vemos e ouvem o que ouvimos garante-nos a realidade do mundo e de nós mesmos” (ARENDR, 2014, p. 62).

Como segundo aspecto, em íntima correlação ao primeiro, aponta que público significa o *espaço entre* que separa e relaciona ao mesmo tempo. “O domínio público, enquanto mundo comum, reúne-nos na companhia uns dos outros e, contudo, evita que caiamos uns sobre os outros, por assim dizer” (ARENDR, 2014, p. 65). Para a autora, portanto, a experiência da alteridade, essencial para a percepção da realidade do mundo, dá-se no e é constitutiva do espaço público.

Como decorrência do reconhecimento de alteridades, o espaço público será ocupado por aquilo que é relevante por interessar e receber a atenção do público. A constituição do interesse público reside, como chama atenção Arendt, na possibilidade da identidade apesar das diferenças de perspectivas. “Esses interesses [públicos] constituem, na acepção mais literal da palavra, algo que *inter-essa* [*inter-est*], que se situa entre as pessoas e que, portanto, é capaz de relacioná-las e mantê-las juntas” (ARENDR, 2014, p. 226).

No entendimento do público, aciona-se, ainda, o debate no âmbito da negociação argumentativa entre cidadãos. Habermas (2003a, 2003b) descreve publicidade, crítica e debate como os critérios que constituem a base da comunicação pública que, por sua vez, vai produzir a opinião pública. Esteves (2011) analisa esses critérios e, a partir deles, faz suas considerações sobre três princípios da comunicação pública. (1) *Princípio do não fechamento do público* (publicidade ou acessibilidade), que indica ampla liberdade de participação sob a ética do discurso, ou seja, que nenhuma exclusão seja admitida entre todos

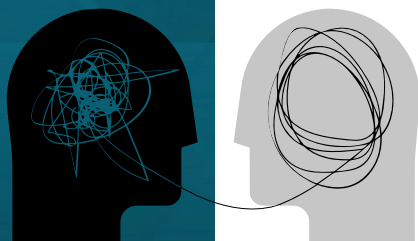


aqueles que possuem a competência da palavra e do agir. (2) *Princípio de não fechamento temático* da comunicação pública (discutibilidade), em que a própria seleção dos assuntos se torna tarefa da comunicação pública. Por fim, (3) *princípio da paridade argumentativa* (racionalidade), que postula que a todos os participantes deve ser reconhecida uma igualdade essencial de estatuto, prevalecendo a força de validade dos argumentos apresentados.

Essa caracterização da comunicação pública marca sua dimensão eminentemente argumentativa. Trata-se, portanto, de princípios normativos da comunicação pública, seu modelo e preceito ético que, como chama atenção Esteves, será sempre tensionado pela facticidade: “o desafio que se coloca é, sim, o de construir um entendimento dessa mesma realidade, das diversas situações e dimensões sociais concretas que a constituem, que possa ir mais além do senso comum” (ESTEVES, 2011, p. 212).

Direcionando-se para o entendimento das práticas que se dão a verificar, Weber (2007, 2010, 2011) aborda a comunicação pública na perspectiva política e privilegia a instauração do debate público em rede. A autora chama atenção de que a comunicação pública não se restringe às ações de comunicação dos governos: “a comunicação pública existe quando se constitui como redes, a partir da circulação de temas de interesse público gerados em sistemas de comunicação” (WEBER, 2007, p. 23).

A autora articula duas ideias centrais: uma relacionada ao conteúdo da comunicação pública (temas de interesse público) e outra à sua forma (redes). O interesse público é caracterizado pelos princípios de funcionamento do espaço público. A ideia de rede ressalta que esses temas são lançados e reconhecidos por diferentes sistemas de comunicação ligados a instituições públicas e privadas, formando um emaranhado de fluxos de informações que perpassa os indivíduos.

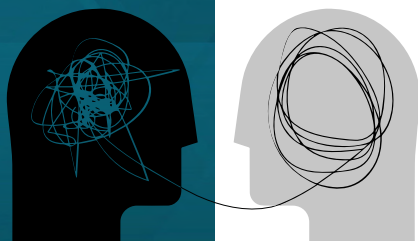


As redes de comunicação pública, então, são tomadas por temas sempre tensionados por interesses públicos e privados. Esse é o nível da facticidade, indicado por Esteves, em contraste com o nível normativo. A questão que se coloca é analisar essa realidade buscando ver o que potencializa e o que barra a realização da comunicação pública ideal, promotora de cidadania e qualificadora de um Estado democrático.

Assim sendo, em resumo, a conceituação da comunicação pública aqui trabalhada passa pelo sistema político, entendendo a democracia como pressuposto. Considera que a comunicação pública estabelecida do debate público é promovida pela circulação de temas de interesse na esfera pública, inclusive, midiática, incitada por manifestações sociais, pela sociedade organizada, seus cidadãos e também pelo Estado. Dessa forma, refere-se à comunicação pública não apenas para identificar a fala da coisa pública ou governamental, mas antes, do interesse público. Sua abordagem deve reconhecer os propósitos éticos, mas não pode se limitar pela perspectiva normativa, a ser permanentemente tensionada pela realidade fática, ou seja, as possibilidades concretas da comunicação pública.

CARÁTER ESTRATÉGICO E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Na defesa do interesse público, a comunicação pública assume caráter estratégico. Trata-se de promover a comunicação com vistas a alcançar objetivos selecionados estrategicamente em detrimento de outros. O objetivo pode relacionar-se à defesa argumentativa de um valor através de narrativas que possam confirmar a validade – do valor e da instituição que o representa. Considerando o tensionamento permanente entre interesses públicos e privados, esses objetivos



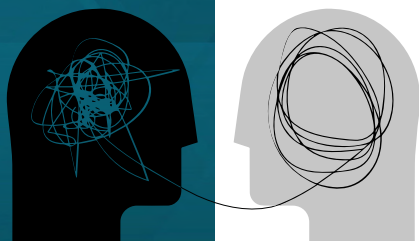
estratégicos da instituição conjugarão também a visão para objetivos privados ou mais particulares.

Weber (2011) destaca que a comunicação realizada pelos atores públicos tem caráter estratégico pois, se responde às necessidades de transparência, é também marcada por interesses privados na busca por visibilidade política, uma imagem pública favorável, adesão de opiniões e, por fim, votos.

Para a compreensão dessa dimensão estratégica contribuem os estudos da comunicação organizacional, entendida “como processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais” (BALDISSERA, 2009, p.135). A partir desse entendimento, o conceito de comunicação estratégica é dado necessariamente em relação e não como simples intenção de influenciar traduzida numa equação de causa e efeito.

Reforçando que é em comunicação que os sujeitos se relacionam para construir uma organização, Baldissera (2014) aponta três âmbitos organizacionais: (1) *organização comunicada* referindo-se aos processos formais, planejados, autorizados, pensados estrategicamente para sua visibilidade; (2) *organização comunicante* existe sempre que algum sujeito estabelece relação direta com a organização e, portanto, produz sentido – também abarca a comunicação comunicada; e (3) *organização falada* que trata da comunicação que tem a organização como referência, mas os sujeitos não estão em relação direta com a organização, referindo-se a ela em ambientes externos. Nos termos de uma abordagem complexa assumida pelo autor, a comunicação de uma organização será diálogo, relação, estratégia e discurso autorizado, mas também resistência, cooperação e subversão.

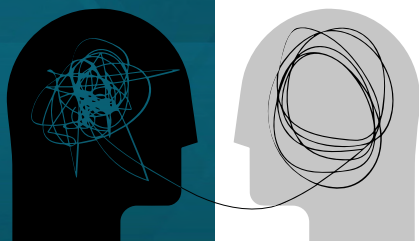
Isso significa assumir uma visão sociológica da instituição de sentidos, fundamental para a abordagem da comunicação organizacional. A partir dessa perspectiva, Marques (2015, p.7) destaca



que “a organização é percebida como sujeito relacional complexo que, em interação com seus membros e com a sociedade, configura um dado contexto de interações”. Nesse mesmo sentido, Mumby afirma que abordar as realidades organizacionais “é uma questão de entender como membros se envolvem coletivamente em processos de produção de sentido por meio de práticas de comunicação” (2009, p. 197). O autor defende que as organizações e os processos organizacionais são políticos por definição, indicando a adoção de uma perspectiva crítica que explore as articulações entre comunicação, poder e organização.

Deetz (2010) também ressalta que a comunicação deve ser abordada como processo fundamental para a existência das organizações. Assim, o foco “não [é] a transmissão, mas a formação do significado, da informação e do conhecimento, bem como o grau em que esse processo é livre e aberto em relação à inclusão das pessoas e do seu contexto” (p. 85). É nesse sentido que o autor vai defender que um dos principais papéis da comunicação organizacional é desenvolver conceitos e práticas para uma democracia mais participativa, que permitam que a sociedade possa ganhar “mais produtivamente a partir de nossas diferenças” (DEETZ, 2010, p. 97).

Pérez (2012) igualmente aponta o abandono de uma concepção funcionalista da comunicação como transmissão em nome de sua compreensão relacional, o que, conseqüentemente, significa uma outra abordagem para os sujeitos e suas organizações, em que o fazer organizacional está compreendido por uma comunicação dialógica e participativa, marcada pela negociação permanente. Assim, a estratégia não é mais vista em termos de conflito (marco militar em que historicamente sua ideia foi desenvolvida), mas “a estratégia como ciência da articulação humana” (PÉREZ, 2012, p.182, tradução nossa). A organização deixa de ser vista como a formuladora e controladora de estratégias (paradigma gerencial) para ser encarada como espaço de interação e negociação de visões e realizações de mundo.

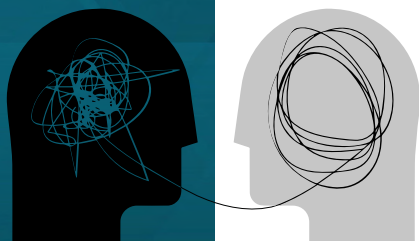


Isso significa entender a ação estratégica como ação comunicacional, como relação que não pode afastar o outro – a decisão estratégica de eleição entre alternativas que projetam um futuro desejado, mas sempre incerto, implica, necessariamente, o cálculo do outro. Importante demarcar que a estratégia não se realiza no desenho virtual desse caminho, mas sim no seu fazer, na sua construção – comunicacional – diante dos outros. A estratégia é um fazer direcionado a determinados interesses, mas sempre tensionado e refeito por outros interesses que serão colocados pelo premente convívio público e social.

A INSTITUIÇÃO NAS PERSPECTIVAS NORMATIVA, FÁTICA E ESTRATÉGICA

A abordagem dos processos de comunicação pública, conforme argumentado, deve destacar os preceitos ético-normativos, marcados pela relevância pública, e os aspectos da facticidade interacional dos sujeitos, atentando para a ação comunicacional que, afinal, concretiza aqueles ideais. Além dos aspectos normativos e fáticos, há de se considerar as questões estratégicas relacionadas à comunicação pública e à disputa de poder e visibilidade decorrente do permanente embate entre interesses públicos e privados que caracteriza o espaço público. Temos, portanto, três âmbitos fundamentais à compreensão da comunicação pública – normativo, fático e estratégico – que buscaremos aplicar à realidade institucional como proposta para a análise dos processos de comunicação pública instaurados a partir das instituições.

A abordagem da instituição aqui apresentada está orientada pela comunicação pública e estrutura-se em três perspectivas: *normativa*, *fática* e *estratégica*. Cada uma delas indica uma forma privilegiada de



olhar, um foco assumido que não exclui as demais perspectivas. Ao contrário, pretende possibilitar a integração das três como tentativa de compreender a dinâmica institucional como um todo.

A. Perspectiva normativa

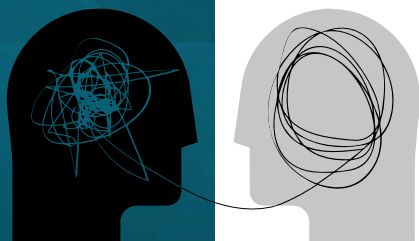
A *perspectiva normativa* diz respeito às normas que orientam a criação e o funcionamento da instituição, ao papel em defesa dos interesses públicos que se espera que desempenhe, independentemente de sua natureza pública ou privada. Portanto, fala-se do que é normativamente atribuído à instituição, das expectativas ideais e das potencialidades éticas de sua atuação.

Como defende Esteves (2011) ao falar do espaço público, a análise dessa perspectiva é um exercício crítico conduzido em nome de princípios ético-morais que têm caráter essencialmente autorreflexivo: “neste plano ideal, os princípios ético-morais ditam ainda a sua lei enquanto referências orientadoras para uma transformação possível (desejável) das estruturas concretas” (ESTEVES, 2011, p. 185).

Aqui, as seguintes perguntas devem ser respondidas: quais ideais públicos orientam a instituição? Em que medida a definição institucional é pautada por e reforça interesses públicos? Uma possibilidade para chegar a essas respostas está na análise da legislação que rege o funcionamento da instituição e dos seus posicionamentos oficiais, indicados por exemplo em seus estatutos, definição de missão, visão e valores. Nessa perspectiva, assume-se, portanto, referência à dimensão normativa e ético-moral da comunicação pública e diante da qual coloca-se a realidade empírica – que está indicada nas duas perspectivas seguintes.

B. Perspectiva fática

A *perspectiva fática* destaca que a instituição está permanentemente em construção. Embora ela tenha um caráter



objetivo e funcional, não é previamente dada, é uma contínua produção humana que se dá por meio da interação comunicativa – o que exige olhar para o nível intermediário da instituição, perto da ação dos sujeitos, como destaca Braga (2010). Nesse sentido, há, ainda, paralelo com a organização comunicante de Baldissera (2014).

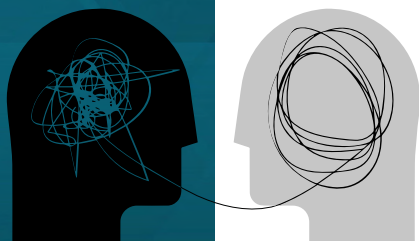
Ao analisar a facticidade de uma instituição, importa compreender: como ela possibilita que os sujeitos se coloquem em relação? Como se dá a dinâmica relacional e a geração de sentidos proporcionada em seu espaço institucional? A resposta a essas indagações exige perceber as situações de interação vividas pelos sujeitos.

Destaca-se, portanto, essa perspectiva como a do acontecimento institucional, onde assiste-se à atividade instituinte de sentidos e objetivos, aos atores construindo e desempenhando papéis e recriando seu lugar social e também o da instituição. Dessa forma, essa categoria marca diferenciação em relação aos sentidos já sancionados representados pela abordagem normativa.

C. Perspectiva estratégica

A perspectiva *estratégica* é aquela em que a instituição se apresenta como capaz de realizar as funções que a ela são conferidas e pode assim ser reconhecida. Relaciona-se à exigência da legitimação apontada por Berger e Luckmann (1998), que oferece explicações e justificações à ordem institucional dando status normativo a seus imperativos práticos e está necessariamente associada à linguagem.

Nessa perspectiva busca-se responder: como se dá a comunicação estratégica da instituição? Que tipo de adesão e valores ela busca ao promover a comunicação por visibilidade e reconhecimento? Portanto, atenta-se para a produção profissional de comunicação da instituição com vistas à projeção de uma imagem que



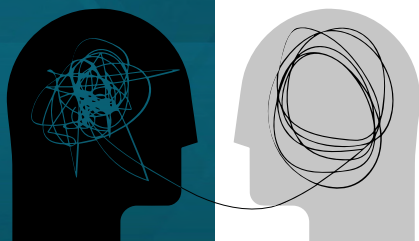
possa ser percebida positivamente a partir da proposição de sentidos estrategicamente reforçados. Aqui, faz-se referência à organização comunicada referida por Baldissera (2014) e ao caráter estratégico da comunicação pública destacado por Weber (2007, 2009, 2011).

Ressalta-se, ainda, conforme Pérez (2012), que essa estratégia não pode ser construída à parte da facticidade institucional, pois é abordada como um processo comunicacional de atuação de sujeitos no mundo que implica uma visão de futuro imaginada e desejada. Assim, a atuação estratégica será sempre interacional e implicará o cálculo permanente do outro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As três perspectivas evidenciam que, diante de uma abordagem normativa do potencial ético da comunicação pública, há uma atuação institucional prática que é também estratégica e que se legitima justamente através da defesa do interesse público. Na pesquisa de mestrado que realizamos (CARNIELLI, 2016), essas três perspectivas foram apropriadas para a abordagem de uma instituição pública, a Defensoria Pública do Rio Grande do Sul. Mas acredita-se que essa tríade possa ser igualmente aplicada para outras instituições, sejam elas privadas ou comunitárias.

Os diferentes tipos de instituições implicariam uma expectativa de prevalência em relação às três dimensões. Na instituição pública, a princípio, espera-se o destaque para a perspectiva normativa; na empresa privada haveria a primazia da perspectiva estratégica orientada ao propósito do lucro; e, na instituição do terceiro setor, como uma organização não-governamental, estaria ressaltada a perspectiva fática. Mas essa é apenas uma demarcação incipiente, relacionada à marca primeira da natureza da instituição.



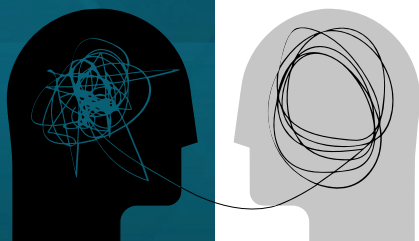
Afinal, seu processo de institucionalização só será completo à medida que conjugue as três dimensões: sendo orientada por uma razão de ser validada, construindo e concretizando seus objetivos nas ações de seus atores e legitimando-se como tal. A ausência de quaisquer das perspectivas possivelmente resultará em um processo de institucionalização frágil, em que as referências de sentido institucional não são compartilhadas e legitimadas publicamente, ou seja, não são associadas a valores.

Ao apresentar a genealogia afirmativa de valores, Joas (2012) defende a triangulação necessária entre valores, instituições e práticas. “Os valores não devem permanecer simples valores. Eles só viverão se forem defendidos argumentativamente enquanto valores, mas sobretudo se forem sustentados por instituições e corporificados por práticas” (JOAS, 2012, p. 200). As instituições apropriam os ideais em condições específicas, permitindo que o apelo ideal não apenas seja ouvido, mas realizado. A motivação a partir do valor é fundamental: “Quando o ‘espírito’ tiver se esvaído das instituições, não há mais confiança nelas” (JOAS, 2012, p. 201).

Dessa forma, norma, facticidade e estratégia se integram numa complementaridade necessária para um processo vigoroso de institucionalização associado à uma comunicação pública plena. Uma instituição será legitimada, ou seja, terá sua validade reconhecida, na medida em que tiver uma defesa argumentativa (perspectiva normativa), apresentar suas narrativas (perspectiva estratégica) e encarná-las em suas práticas concretas (perspectiva fática).

REFERÊNCIAS

ARENDT, H. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 12. ed. rev., 2014.



BALDISSERA, R. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. (org). *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos* (vol. 1). São Paulo: Saraiva, 2009. P. 135-164.

BALDISSERA, R. Comunicação, cultura e interação nas organizações. In: Marlene Marchiori. (Org.). *Cultura e Interação*. São Caetano do Sul - SP: Difusão, 2014, v. 5, p. 87-99.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 1998.

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. São Paulo: *Revista Matrizes*, n. 2, abril 2008, p. 73-88.

BRAGA, J. L. Comunicação é aquilo que transforma linguagens. Rio de Janeiro: *Revista Alceu*, v. 10, n.20, jan/jun 2010, p. 41-54.

CARNIELLI, F. Z. *A cidadania e a sua instituição: estudo de comunicação pública sobre a Defensoria do Rio Grande do Sul*. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

CASTORIADIS, C. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

DEETZ, S. Comunicação Organizacional: fundamentos e desafios. In: MARCHIORI, Marlene (org.). *Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas*. São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

ESTEVES, J. P. *Sociologia da Comunicação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

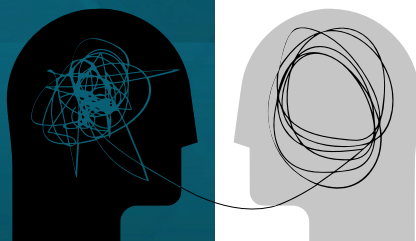
FRANÇA, V. *Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

FRANÇA, V.; CORRÊA, L. *Mídia, instituições e valores*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

JOAS, H. *A sacralidade da pessoa humana: nova genealogia dos direitos humanos*. São Paulo: Editora Unesp, 2012.

HABERMAS, J. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a.

HABERMAS, J. *Direito e Democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003b.



MARQUES, Â. Prefácio. In: OLIVEIRA; PENNINI; MOURÃO. *Compreendendo um campo de conhecimento: reflexões epistemológicas sobre a Comunicação Organizacional a partir de autores brasileiros*. Curitiba: CVR, 2015.

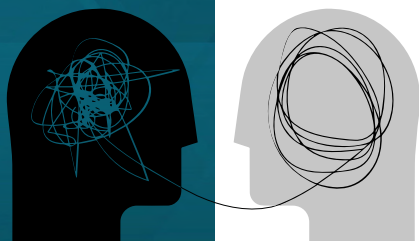
MUMBY, D. A comunicação organizacional em uma perspectiva crítica. *Organicom*, n.10-11, 2009, p. 191-207.

PÉREZ, R. A. *Pensar la estratégia: otra perspectiva*. Buenos Aires: La Crujía, 2012.

WEBER, M. H. Na Comunicação Pública, a captura do voto. In: *LOGOS 27: Mídia e Democracia*. Rio de Janeiro: ano 14, 2º semestre de 2007, p. 21-42.

WEBER, M. H. Comunicação Organizacional, a síntese. *Relações Públicas, a gestão estratégica*. *Organicom*, v. 10/11, p. 70-75, 2009.

WEBER, M. H. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (Org.). *Comunicação Pública, sociedade e cidadania*. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.



3

Sérgio Gabriel Fajardo
Rudimar Baldissera

O COMUNICACIONAL BATUQUEIRO: interface entre conceitos da comunicação organizacional e da cultura

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.56-72

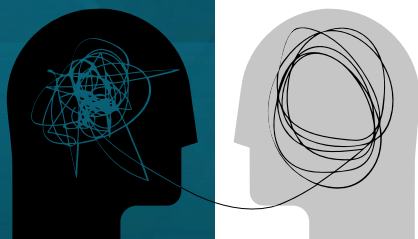
INTRODUÇÃO

Refletimos, neste capítulo¹³, partindo de uma pesquisa teórica e exploratória, sobre aspectos comunicativos presentes no Batuque gaúcho: o comunicacional batuqueiro. Destacamos que não se trata, neste texto, de refletir sobre o Batuque Gaúcho como religião (por mais que seja necessário apresentá-la e evidenciar algumas de suas características), mas, sim, de atentar para o comunicacional materializado nos *ilês*¹⁴ em que a religião é praticada. Portanto, consideramos os processos de comunicação organizacional a partir desse tipo específico de organização religiosa. Isso exige destacarmos, mesmo que de modo breve, a compreensão de organização adotada neste estudo. Nessa direção, procuramos suporte nas proposições realizadas por Uribe (2009), em razão de o autor apresentar uma compreensão alargada sobre essa temática, abarcando, dentre outras, organizações privadas, públicas, ONGs, cooperativas, associações, sindicatos, sejam elas públicas, privadas ou público-privadas. O autor observa, entretanto, que um simples agrupamento não pode ser entendido como sinônimo de organização, haja vista que ela deve possuir objetivos prévios, isto é, uma organização é “criada com um propósito específico, explícito, e, além disso, é suscetível de gestão” (URIBE, 2009, p. 33, tradução nossa).

Ainda com base no mesmo autor, entendemos que as organizações, além dos seus fins específicos (objetivos, normas, filosofia), são construídas mediante interações sociais (URIBE, 2009). Complementarmente, Baldissera (2009) entende as organizações como sistemas vivos, afirmando que elas estão,

13 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

14 A palavra *ilê* tem origem no idioma loruba, é entendida na afro-religiosidade do Batuque Gaúcho como tradução para templo/casa de religião.

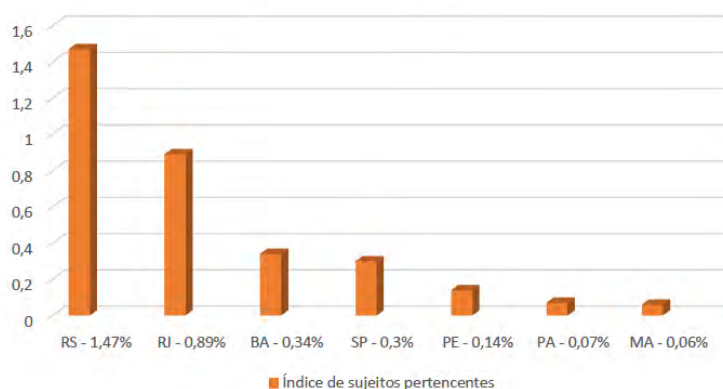


sob diferentes níveis, [inter]relacionadas com seu contexto. Para o autor, as organizações constroem e são construções do entorno sociocultural, de modo que “viver em sociedade é, também, viver organizações” (BALDISSERA, 2009, p. 02).

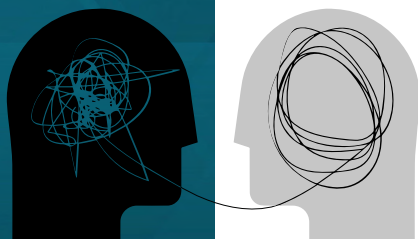
Apresentada a noção de organização que assumimos neste trabalho, cabe ressaltarmos que nossa aproximação com objeto empírico se dá pelas lentes da cultura, em perspectiva comunicacional. Portanto, acercamo-nos do Batuque Gaúcho, numa espécie de investigação sobre o que há de comunicacional nessa expressão afro-religiosa, muito presente no Rio Grande do Sul.

Conforme Ari Pedro Oro (2012, p. 556), analisando os dados do IBGE (2000 e 2010), o Rio Grande do Sul desponta “como o estado mais afro-religioso” do Brasil.

Figura 1: Demografia das Afro-religiões no Brasil



Fonte: Elaborado pelos autores conforme dados apresentados por Oro (2012) sobre o IBGE (2010).



Entretanto, é preciso ressaltarmos que esses dados podem estar subestimados ou, na melhor das hipóteses, estar apenas parcialmente corretos¹⁵, considerando-se que, enraizados no racismo estrutural, muitos sujeitos pertencentes às afro-religiosidades ainda se declaram católicos/cristãos¹⁶. Nesse contexto histórico, político, econômico e sociocultural de forte racismo e de concepções que produziram as marginalizações das populações negras e de suas expressões culturais/religiosas, temos como desdobramento e motor para manutenção da ordem posta, o fato de que, sinalizado por Norton Corrêa (2016), não têm sido produzidos estudos que forneçam entendimento mais completo acerca das características do Batuque Gaúcho. Diante desses números e da constatação de haver pouca produção sobre o comunicacional no Batuque Gaúcho, haja vista que faltam dados específicos e fontes confiáveis – fatores que prejudicam a produção científica sobre essa temática (TADVALD, 2016) –, estimamos com este estudo contribuir com as pesquisas do nosso Campo e com a produção de saberes sobre essa afro-religião.

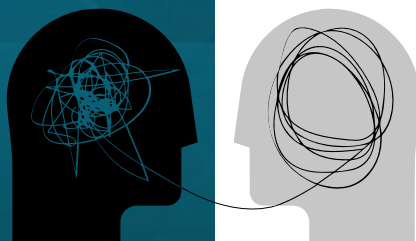
Nessa perspectiva, a seguir, discorreremos brevemente sobre a noção de cultura.

A NOÇÃO DE CULTURA: APROXIMAÇÕES

Para refletirmos sobre cultura recorremos, primeiro, a Morin (2001), em perspectiva do Paradigma da Complexidade que, segundo o autor, compreende três princípios básicos: o dialógico, o recursivo e o hologramático. Pelo princípio dialógico, o 'dual' (os pares vida/morte, organização/desorganização e ordem/desordem) é mantido

15 Para acessar uma discussão mais ampla, consultar Ari Pedro Oro (2002, 2012 e 2014) e Marcelo Tadvald (2016).

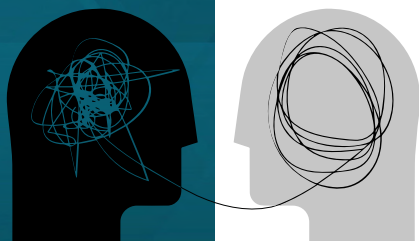
16 Sobre as circunstâncias históricas nas quais as afro-religiões instituíram-se no Brasil, século XIX, e a subestimação desses dados, ver Reginaldo Prandi (2003).



na 'unidade' sob diferentes relações (de disputa, contradição, complementaridade etc.), construindo uma “esfera cultural na qual as doutrinas, renunciando a impor as suas verdades, aceitam ser contrariadas, e essa aceitação alimenta, por sua vez, a dialógica” (MORIN, 2001, p. 36). Por seu turno, “em uma organização recursiva onde o que é produzido e gerado torna-se produtor e gerador daquilo que o produz ou gera” (MORIN, 2001, p. 19), não podemos conceber a cultura como superestrutura e nem como infra-estrutura, pois são compreensões que operam por simplificação. E, sob o princípio hologramático, compreendemos que a “cultura está nos espíritos individuais, que estão na cultura” (MORIN, 2001, p.24), de modo que as partes estão no todo e, de certa forma, o todo também está nas partes que o constituem. À luz desses princípios, temos que os sujeitos, a um só tempo, perturbam, geram e regeneram, constroem e são construídos pela cultura. Além disso,

Se a cultura contém um saber coletivo acumulado em memória social, se é portadora de princípios, modelos, esquemas de conhecimento, se gera uma visão de mundo, se a linguagem e o mito são partes constitutivas da cultura, então a *cultura não comporta somente uma dimensão cognitiva: é uma máquina cognitiva cuja práxis é cognitiva* (MORIN, 2001, p. 19, grifos do autor).

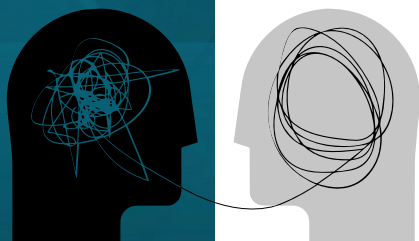
Portanto, a cultura não é somente um mecanismo que organiza saberes e práticas acumulados; é uma máquina cuja prática de funcionamento, que a faz acontecer, é essa organização cognitiva dos sujeitos portadores desses saberes/práticas e que, conforme os transmitem para outros sujeitos, fazem isso tensionando a estrutura do conhecimento que para eles foi transmitido. Cabe ressaltarmos que, para Morin (2001, p. 19), cultura e sociedade convivem em relação recíproca, sendo que “não podemos esquecer as interações entre indivíduos, eles próprios portadores/transmissores de cultura, que regeneram a sociedade, a qual regenera a cultura”. É preciso atentarmos para a relação “sociedade↔cultura↔sujeitos” de modo



articulado (imbricado, tensionado), pois que o ser humano, desde o nascimento, não conhece e nem gera conhecimento só para si de modo subjetivo/individualizado, “mas, também, pela sua família, pela sua tribo, pela sua cultura, pela sociedade, para elas, em função delas” (MORIN, 2001, p. 21). Trata-se de (re)construção coletiva, realizada em processos de interação social.

De modo complementar, acionamos as reflexões propostas por Geertz (1989, p. 10), que afirma que os formatos que possuem as sociedades são o medular da cultura, e que ela não é uma forma de poder que justificaria os acontecimentos sociais, os comportamentos e os processos, mas “um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível [...]”. O autor ressalta que a compreensão de uma determinada cultura pressupõe aproximar-se daquilo que os sujeitos daquela cultura fazem, estar próximo dos acontecimentos que se dão entre tais sujeitos, tendo em vista que analisar as formas dessas interações (religiosas, ideológicas, morais etc.) “não é afastar-se dos dilemas existenciais da vida em favor de algum domínio empírico de formas não-emocionalizadas; é mergulhar no meio delas” (GEERTZ, 1989, p. 21).

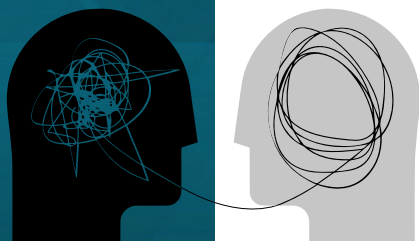
Para dizer da cultura de uma sociedade, metaforicamente, Morin (2001) afirma que é uma espécie de “megacomputador complexo”, e que esse mecanismo opera memorizando e sistematizando os saberes acumulados, como também vai prescrevendo instruções para a sociedade. O megacomputador está presente em cada sujeito que é instruído por suas determinações, porém, ambivalentemente, cada sujeito opera nessa mecânica como uma espécie de terminal funcional desse imenso computador, que só é constituído e funciona, então, com base no conjunto funcional desses terminais individuais. No conjunto relacional dos sujeitos, Morin (2001, p. 21) ressalta que “tudo isso nos sugere a existência de um tronco comum indistinto entre conhecimento, cultura e sociedade”, e esse tronco



comum é flexibilizado em razão de ser formado por sujeitos que são diversos em suas potencialidades existenciais, no qual sua cultura é princípio recursivo gerador/regenerador da complexidade social humana (MORIN, 2007). O conhecimento que decorre do relacional sociedade↔cultura↔sujeitos não é algo sempre solidificado e imutável que possa ser controlado através de mecanismos, por mais diversos que sejam, pois o “indivíduo dispõe sempre de seu terminal pessoal” (MORIN, 2001, p. 23). Dessa forma, o conhecimento dos sujeitos está, de todas as maneiras, costurado “à estrutura da cultura, à organização social, à práxis histórica”, pois ele “[...] não é apenas condicionado, determinado e produzido, mas também condicionante, determinante e produtor” (MORIN, 2001, p. 27). Mediante interações, o conhecimento circula e transita pelos espíritos individuais; os sujeitos são dotados de certa autonomia para ir atualizando esse conhecimento e a estrutura cultural.

Nesse percurso, parece fértil recorrermos às afirmações de Geertz (1989) de que “o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu”, e a cultura “[...] como sendo essas teias [...]”. Sob esses pressupostos, o estudo da cultura não busca leis, pois é interpretativo “[...] à procura do significado” (GEERTZ, 1989, p. 04). O relevante, aqui, é a interpretação das costuras que a teia cultural vai assumindo a partir do (re)tecimento de significação realizado pelos sujeitos em interações.

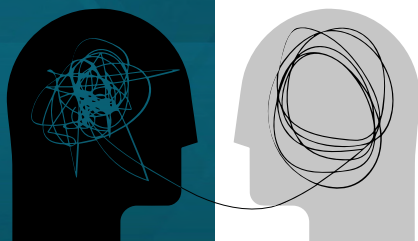
Na perspectiva da transmissão comunicacional da cultura, em que se realizam transformações pelas interações cultura↔sujeito/sujeito↔sujeito, Morin (2007, p. 165) destaca que a cultura possui uma linguagem própria, seu patrimônio genético, que permite “rememoração, comunicação, transmissão, desse capital de indivíduo a indivíduo e de geração em geração”. A linguagem, dessa forma, é posta como um fenômeno comunicacional que faz a cultura circular, ser transmitida e transformada pelos sujeitos, mas partindo da “[...] condição de ser



esclarecida por aquilo que esclarece” (MORIN, 2001, p. 210). Ainda conforme Morin (1999), é a linguagem que mantém o funcionamento da práxis social, pois possibilita a circulação de informações, a correção e a verificação dos conhecimentos culturais dos sujeitos. A linguagem pode assumir uma forma individual, comunitária e comunicacional, sendo responsável pela “reprodução cultural (a perpetuação da complexidade social)” (MORIN, 1999, p. 134). À luz dessas reflexões, a seguir, discorreremos sobre pressupostos para a problematização comunicacional na manutenção e transmissão da cultura.

PERSPECTIVAS SOBRE COMUNICAÇÃO E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Iniciamos esta reflexão acionando concepções da Pragmática da Comunicação Humana, conforme Watzlawick, Beavin e Jackson (2007), que compreendem o comportamento humano, em situação interacional entre os sujeitos, como sinônimo de comunicação. Dentre os axiomas conjecturais da comunicação humana propostos pelos autores, está o da “impossibilidade de não comunicar” em situações de presença, pois a comunicação é vista como sinônimo de comportamento, e “o comportamento não tem oposto”, logo: “não existe um não-comportamento, ou, ainda em termos mais simples, um indivíduo não pode não se comportar” (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 2007, p. 44). Assim, entendemos que é impossível um indivíduo não se comportar/comunicar (por mais que se esforce para isso), pois até a inércia e o silenciamento são interpretados como uma mensagem dentro dos “sistemas interacionais” (situações nas quais há dois ou mais sujeitos comunicantes em processo de relação/interação). Desse modo, a comunicação não é assumida só pela forma do que é verbalizado, mas também pelas formas comportamentais, posturais, contextuais



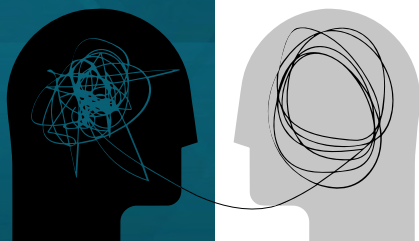
etc., o que torna o processo comunicacional um complexo fluido e multifacetado (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 2007).

Considerando a interface entre comunicação e cultura, destacamos que, conforme Braga (2011, p. 63), o campo da Comunicação é interdisciplinar, pois que seu “[...] âmbito de conhecimentos se faz na confluência de duas ou mais disciplinas estabelecidas”. Entendemos que a comunicação pode receber as contribuições de (e contribuir com) outros campos, sendo que a problematização comunicacional é o mais importante dessa interface. Logo, importa distinguirmos o que compete às preocupações culturais e o que pode vir a ser objetivo de preocupações do campo da Comunicação, pois “quando a cultura se percebe cultura, quando o gesto que faço não pode mais se justificar como se fosse natural [...] já não estamos exclusivamente no território da cultura, mas também no da comunicação” (BRAGA, 2011, p. 75).

É na constituição das interações entre sujeitos que a cultura vai sendo transmitida, reafirmada e/ou transformada mediante processos de comunicação; processos esses que são medulares não apenas para a conformação cultural, mas também para a existência da própria organização. Assim,

Dialogica e recursivamente, no constante interagir entre sujeitos tensionados em processos de comunicação, os sentidos – significados em potencial – são construídos e disputados. Desses/nesses processos, parte dos sentidos possíveis são selecionados e inclinam-se a ter certa estabilidade assumindo a forma de teia/rede de significados, materializados em valores, crenças, padrões e rituais, dentre outras (BALDISSERA, 2009, p. 08).

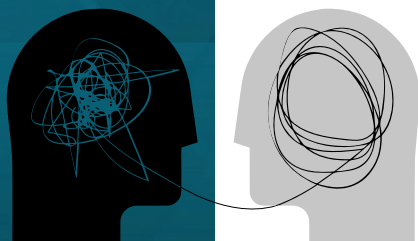
Desse modo, pelos processos comunicacionais – compreendido como “processo de construção e disputa de sentidos” (BALDISSERA, 2004. p. 128) –, os sistemas culturais dos sujeitos são articulados/tensionados, gerando disputas, negociações, complementaridades, transformações e/ou formas de resistências que emergem pela



diversidade das teias de significação a que os sujeitos estão “amarrados”. Caracterizada por ser relação entre sujeitos, as disputas que se materializam nos processos comunicacionais, com caráter dialógico, dialético e recursivo, atualizam-se “[...] para que os sentidos/ significados em circulação [...] sejam internalizados pelos diferentes sujeitos” (BALDISSERA, 2009a, p. 154). Portanto, não se tratam de disputas físicas; disputam-se os sentidos que os sujeitos desejam que seus interlocutores atribuam a algo/alguma coisa.

Assumindo o Paradigma da Complexidade como fundamento, o autor afirma que a comunicação organizacional não se limita ao que é materializado pela fala autorizada da organização, pois ela é da qualidade do fluído, em que todos os sujeitos que com ela se relacionam ou a ela se referem participam desse processo. (BALDISSERA, 2009). Dessa maneira, a comunicação organizacional não acontece, simplesmente, partindo de instruções de controle; pelo contrário, ela se dá muitas vezes em processos comunicacionais informais dentro e/ ou fora dos ambientes da organização.

À essa luz, Baldissera (2009b) compreende a comunicação organizacional sob três dimensões: a) a “organização comunicada” (que contempla as falas autorizadas, sejam eles processos formais ou não); b) a “organização comunicante” (que abrange toda comunicação da “organização comunicada” e, também, os demais processos comunicacionais atualizados nas diferentes relações que os sujeitos estabelecem com a organização); e c) a “organização falada” (que são os processos de comunicação que têm a organização como seu referente, mas que se dão fora dos ambientes organizacionais, sem relações diretas com ela). Nessa perspectiva, por meio dos sentidos ofertados pelos sujeitos “a comunicação organizacional, em sua informalidade, encontra/(re)cria seus próprios lugares, infiltrando-se, resistindo, desafiando, subvertendo os possíveis mecanismos de controle”, pois é no desenrolar das situações que as estratégias são

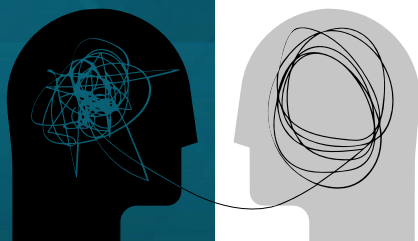


atualizadas, de maneira que pensar sobre ela “exige compreender a presença da incerteza” (BALDISSERA, 2009a, p. 161). Até porque, conforme Braga (2017, p. 21), a comunicação “pode ser – e frequentemente é – canhestra”.

Rompendo com as perspectivas que tentam reduzir a comunicação organizacional ao contexto do que é planejado, formalizado, assumimos que ela suporta qualquer comunicação relativa à organização; todos processos comunicativos que façam circular “capital simbólico e/ou sentidos referentes à organização” (BALDISSERA, 2009, p. 07). Esses processos, com frequência, escapam aos desejos de controle e de gestão das organizações, pois também emergem em diferentes interações dos sujeitos no ambiente organizacional ou mesmo fora dele. É sob essa compreensão de que a cultura é movimentada pela comunicação organizacional, pressupondo disputas e (re)construções da cultura, bem como o fato de ela se exercer sobre os próprios sujeitos (suas subjetivações), que analisamos o comunicacional nas organizações do Batuque Gaúcho.

O BATUQUE DOS *ILÊS*: AS ORGANIZAÇÕES E SUA COMUNIDADE

O Batuque Gaúcho é uma afro-religião, que está presente no Rio Grande do Sul, e que mantém mais fidelidade às heranças originais africanas (CORRÊA, 2016). Conforme o autor, o “ser batuqueiro”, para além de praticar uma religiosidade, compreende um *éthos*/habitus e um modo de vida específico, que se traduz na totalidade do cotidiano desses sujeitos. Muniz Sodré (2017, p. 16, grifos do autor) apresenta uma perspectiva (associada ao sistema nagô) do modo de pensar afro que “é de fato uma *forma intensiva de existência* (forma em que a passagem do biológico ao simbólico ou ao ‘espiritual’ é



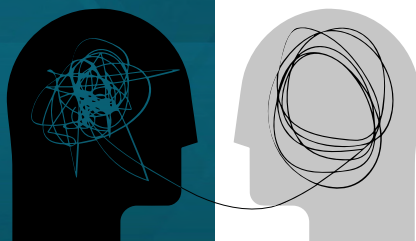
quantitativamente significativa), com processos filosóficos próprios”. Em direção semelhante, Corrêa (2016, p. 65) chama de comunidade batuqueira um “conjunto formado pelos praticantes mais efetivos do culto”, eles “[...] sendo portadores do etos batuqueiro: em outras palavras, que têm em comum um conjunto articulado de crenças e símbolos que lhe são próprios”. Essa comunidade batuqueira se organiza como uma espécie de “grande rede de relações sociais”, que é estabelecida “[...] pelas redes similares menores que cada templo estende em torno de si e nas quais os indivíduos se movem” (CORRÊA, 2016, p. 65). As comunidades-terreiros são “pólos de irradiação de um complexo sistema simbólico” (SODRÉ, 2017, p. 90), onde há a possibilidade de manter a tradição do culto africano perante aos orixás¹⁷ e a sua ancestralidade/*eguns*¹⁸.

As ritualísticas do Batuque Gaúcho acontecem nos *ilês* (organizações) que, em certo sentido, possuem uma determinada autonomia: “[...] onde seus chefes têm total liberdade para tomar decisões, inclusive sobre o ritual que praticam” (CORRÊA, 2016, p. 73). Entretanto, em relação ao conjunto de templos da comunidade batuqueira e da “liberdade” que possuem, observa-se que

[...] são mutuamente dependentes, por exemplo, por comporem uma comunidade que pratica a mesma religião e comunga da mesma visão de mundo, mas principalmente porque cada sacerdote tem de necessariamente recorrer a outros, para testemunharem certas cerimônias (CORRÊA, 2016, p. 73).

17 No Batuque Gaúcho são cultuados, predominantemente, 12 orixás, de sexo masculino e feminino, numa hierarquia que vai de Bará, orixá de comunicação e primeiro a ser acionado nos ritos, até Oxalá, senhor da sabedoria e última divindade a ser reverenciada [essa ordem pode ser alterada conforme a nação religiosa]. De acordo com Corrêa (2016, p. 174), “mais especificamente seriam: Bará, Ogum, Iansã/Oiá, Xangô, Obá [...], Odé, Otím, Ossanha, Xapanã, Oxum, Iemanjá e Oxalá”.

18 Conforme entrevista de Mãe Moça de Oxum [religiosa já falecida que é referência na comunidade batuqueira] para Corrêa: “os *eguns* são ‘almas de pessoas ou minas (africanos antigos) que morreram; andam pelo ar, em todos os lugares. Eles são cegos, tapados [...] e, por não se convencerem bem que morreram, querem continuar a viver junto com as pessoas, junto ao que era deles’. São estes motivos que fazem do *egum* uma entidade perigosa, pois ‘encosta-se’ nos humanos para tentar reaver de volta aquilo que agora lhe falta [...], a vida” (2016, p. 137).

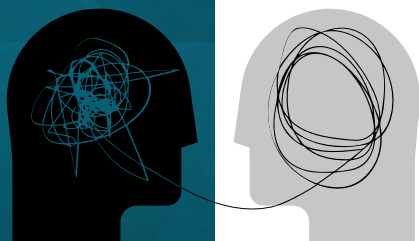


No tocante à estrutura organizacional, o autor traz à luz que os *ilês* se diferem das estruturas capitalistas de acumulação de bens, ilustrando que “este fato se deve, em boa parte, à estrutura do próprio culto, em que a ética de distribuição (de raiz africana, ao que parece) sobrepõe-se à da acumulação, capitalista” (CORRÊA, 2016, p. 84). Entendemos, aqui, os *ilês* como organizações que compartilham conhecimentos acerca de sua cultura com os sujeitos a partir de processos comunicacionais. Essas comunidades são um tipo específico de organização,

[...] que inaugura uma experiência inédita do interior de um ordenamento social hegemônico, implica um tipo novo de subjetivação, em que ocupam um primeiro plano a experiência simbólica do mundo, o primado rítmico do existir, o poder afetivo das palavras e ações, a potência de realização das coisas, as relações interpessoais concretas, a educação para a boa vida e para a boa morte, o paradigma comunitário, a alegria frente ao real e o reconhecimento do aqui e agora da existência (SODRÉ, 2017, p. 100, grifos do autor).

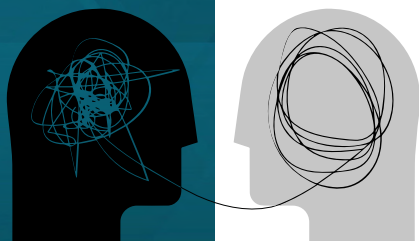
Na comunidade batuqueira, as diversidades dos sujeitos são vistas como pilares fundamentais; trata-se de espaço em que há protagonismo de mulheres/homens, negros/não-negros, batuqueiros/não-batuqueiros e as diversidades das sexualidades estão entrelaçadas às características e influência dos orixás que regem os seres humanos. Melhor dizendo: “não são apenas os descendentes de africanos que comungam das práticas e contexto simbólico-batuqueiros, mas todos, inclusive os brancos integrados à comunidade do Batuque” (CORRÊA, 2016, p. 27). Ainda conforme o autor, se para os negros e negras essa afinidade é também genética, para os brancos ela é demandada pela cultura.

Observamos, assim, que a diversidade de sujeitos provoca conhecimento sobre as diferenças, que “supõe a sua pluralidade numérica e espacial, assim como a atribuição de uma identidade a ser sensivelmente reconhecida” (SODRÉ, 2017, p. 19, grifos do autor).



Entendemos que há aí formas de reconhecimento de diferenças entre esses sujeitos batuqueiros, contexto em que a “emergência do sentido de identidade parece passar necessariamente pela intermediação de uma alteridade a ser construída” (LANDOWSKI, 2002, p. 04). Corrêa (2016, p. 66) trata esse universo que se centra no campo religioso como sendo um conjunto extremamente complexo, onde cada pessoa se liga a inúmeras outras e, assim por diante, essas outras, se ligam a várias outras pessoas também, “resultando daí diversas ligações cruzadas, a rede”. Em interações comunicacionais os sujeitos dessa comunidade também (re)tecem sua rede simbólica, pois que é o processo e a possibilidade de os sentidos circularem, serem transmitidos, construídos e disputados.

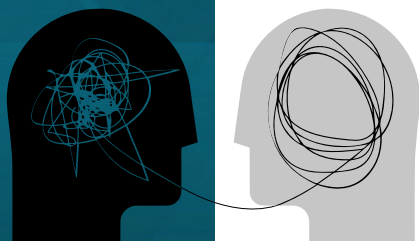
Cabe ressaltarmos que, nessas organizações, a cultura afro-religiosa não possui formalidade na transmissão de saberes como há nas religiões ocidentais dominantes. Aqui, a centralidade está na oralidade e na experiência dos principais reprodutores (propagadores) desse modo de vida, o que enfatiza a presença desses sujeitos na prática ritual/interacional (CORRÊA, 2016). Em perspectiva do princípio recursivo (MORIN, 2001), os sujeitos que constituem a comunidade batuqueira são entendidos como produtos e produtores da cultura que, “naturalmente, como se trata de uma transmissão oral, elas vão sofrendo acréscimos, modificando-se” (CORRÊA, 2016, p. 224). Vale observarmos que por se tratar de transmissão de ensinamentos pela oralidade, num sentido pragmático e gestual, a dança possui importante destaque no contexto comunicacional da cultura batuqueira, pois “têm papel decisivo quanto a facilitar melhor integração em nível binômios indivíduo-grupo, indivíduo-indivíduo, e dos indivíduos consigo mesmo”, haja vista que permite, individual ou coletivamente, “a identidade batuqueira” (CORRÊA, 2016. p. 269). Em semelhante perspectiva, Sodré (2017, p. 101) afirma: “o corpo abriga as representações do cosmo e de todos os princípios cosmológicos, portanto, as divindades”.



Em síntese, o Batuque Gaúcho se configura como um espaço organizacional e político de resistência, no qual “expressiva parcela da população local de descendentes africanos constrói e conserva uma identidade própria, diversa da sociedade dominante” (CORRÊA, 2016, p. 28). Contudo, por ser uma religião composta por diferentes nações africanas, embora os batuqueiros possuam uma identidade comum quanto o “ser batuqueiro”, esses sujeitos “procuram conservar suas especificidades grupais de raiz, a diversidade na unidade” (CORRÊA, 2016, p. 178). Assim, compreendemos que são batuqueiros os sujeitos que se entendem e são entendidos como tais, sendo eles portadores de uma “cosmovisão batuqueira” que é compartilhada com esta comunidade (CORRÊA, 2016). Esse compartilhamento tem a comunicação como processo medular, como possibilidade de existência e continuidade, de reprodução e transformação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É no percurso da transmissão cultural batuqueira, a qual acontece em processos comunicacionais constantes e multifacetados (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 2007), como também canhestros (BRAGA, 2017), que procuramos aproximar as conceituações. Ressaltamos que esses processos interacionais, que (re)tecem a cultura dos sujeitos e do Batuque Gaúcho, acontecem no âmbito da comunicação organizacional, em que os sujeitos constantemente disputam e fazem circular sentidos, modulando interpretações e experiências de mundo (BALDISSERA, 2009). O resultado desse processo que constitui concepções de mundo pode ser, de alguma forma, imbricado com o conceito da “cosmovisão batuqueira” proposto por Corrêa (2016), no qual é ratificado que ser batuqueiro é ver o mundo por meio de uma ótica peculiar.



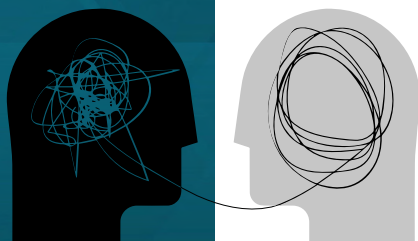
Essa ótica peculiar é conformada pelas interações comunicacionais entre sujeitos, seja no sentido de manter a cultura das organizações em que se pratica o Batuque Gaúcho, seja transformando alguns de seus aspectos. Quando consideramos o fato de que essas organizações caracterizam-se, fundamentalmente, pela oralidade, fica ainda mais evidente a centralidade que a comunicação assume para elas. Porém, destacamos que, pela sua natureza, a oralidade também pressupõe grande potência para gerar amplos níveis de incerteza em relação à significação que conforma a cultura dessas organizações, particularmente os sentidos religiosos que por elas circulam. Nesse caminho, como forma de reduzir essa incerteza, parece que uma das principais estratégias é o fato dessas manifestações comunicacionais, em diferentes processos rituais, serem apreciadas e, em alguma medida, validadas por sacerdotes de outros *ilês* da comunidade batuqueira; certos rituais exigem a presença de sacerdotes de outros templos. Assim, a cultura se exerce sobre os processos comunicacionais de sua própria manifestação, de modo a manter certa unidade sem anular as diferenças.

REFERÊNCIAS

BALDISSERA, Rudimar. *Imagem-conceito: anterior à comunicação, um lugar de significação*. 2004. 295 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004.

_____. *A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional*. In KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos*. V. 01. São Paulo: Saraiva, 2009a, p. 135-164.

_____. *Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade*. In *Organicom*. São Paulo: Getcorp-ECA-USP, Abrapcorp, 2009b. Ano 6, n. 10/11, p.115-120. Está disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139013>>. Acesso em: março de 2020.



_____. *Comunicação, organizações e comunidade: disputas e interdependências no (re)tecer as culturas*. In: III Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, 2009, São Paulo. Abrapcorp 2009. São Paulo: Abrapcorp, 2009. Disponível em: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2009/pdf/GT2_Rudimar.pdf>. Acesso em: agosto de 2020.

BRAGA, José Luiz. *Constituição do campo da Comunicação*. São Leopoldo – RS, Unisinos. Revista Verso & Reverso, XXV(58): 62-77, janeiro-abril 2011. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/924>. Acesso em: março de 2020.

_____. *Dispositivos interacionais*. In BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon et al. *Matrizes interacionais - A comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017. 2100 kb. (Coleção Paradigmas da Comunicação). Disponível em: <http://www.uepb.edu.br/ebooks/>. Acesso em: julho de 2020.

CORRÊA, Norton. *O Batuque do Rio Grande do Sul - antropologia de uma religião afro-riograndense*. 3 ed. São Luís: Editora Cultura & Arte, 2016.

GEERTZ, Clifford. *Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e científicos Editora SA, 1989.

LANDOWSKI, Eric. *Presenças do outro*. São Paulo: Perspectiva, 2002.

MORIN, Edgar. *O Método 3*. Porto Alegre: Sulina, 1999.

_____. *O Método 4*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

_____. *O Método 5: a humanidade da humanidade*. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

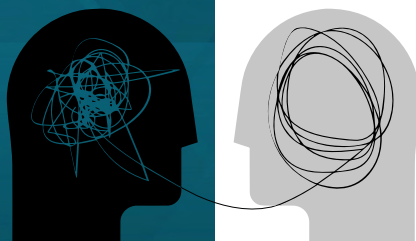
ORO, Ari Pedro. *O atual campo religioso gaúcho*. In: Civitas - Porto Alegre, v. 2, n. 3, p. 556-565, 2012. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/13015>. Acesso em: setembro de 2019.

SODRÉ, Muniz. *Pensar nagô*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

TADVALD, Marcelo. *O Batuque gaúcho: Notas sobre a história das religiões afrobrasileiras no extremo sul do Brasil*. In: DILLMANN, Mauro. *Religiões e religiosidades no Rio Grande do Sul: matriz afrobrasileira/organização*. São Paulo: ANPUH, 2016. V.4, p. 141-165.

URIBE, Pablo Múnera. *La idea de organización: una concepción amplia para una acción efectiva*. Editorial comunicación. 2009.

WATZLAVICK, Paul; BEAVIN Janet Helmick; JACKSON, Don. D. *Pragmática da comunicação humana: um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação*. São Paulo: Cutriz, 2007.





4

Bibiana de Moraes Dias

A RECONEXÃO COM O SAGRADO EM UM CONTEXTO DE DESSACRALIZAÇÃO: a importância da mídia nesse processo

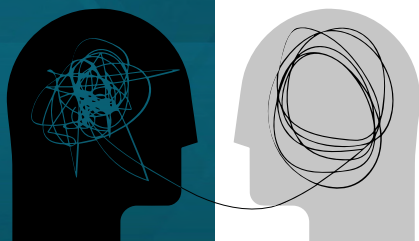
DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.73-84

INTRODUÇÃO

Não surpreende a nossa sociedade nem é novidade tanto no âmbito científico quanto para o grande público falarmos que os povos que viveram antes de nós tinham forte relação com o sagrado. Aprende-se desde o ensino básico que os chamados “homens primitivos” realizavam rituais para cultuar diversos tipos de divindade, que tal prática fazia parte de sua cultura. É também de conhecimento popular que algumas sociedades tradicionais ainda hoje têm sua cultura muito ligada aos seus deuses criadores, xamãs, e à espiritualidade como um todo, envolvendo-se profundamente nas práticas religiosas e com o ambiente em que vivem. No entanto, é difícil que pensemos, enquanto sociedade ocidental progressista, que nossa própria realidade necessitaria ou teria possibilidade de ter algum tipo de ligação com o sagrado.

O progressismo que tomou a cultura ocidental, motivado em início pela revolução francesa e o iluminismo e mantido ao longo dos séculos por diversas descobertas científicas e tecnológicas, fez com que nossa sociedade fosse tomada por uma aura iconoclasta em excesso, que para lutar pela valorização da ciência acabou por banir pontos que eram de grande importância para as sociedades até então, como a preocupação com o ambiente e o lugar em que se vive, a valorização do sagrado e o envolvimento profundo do ser humano com pautas etéreas. Nossa sociedade, de forma geral, ao passar pelas grandes descobertas tecnológicas passa a acreditar que não precisa mais do sagrado.

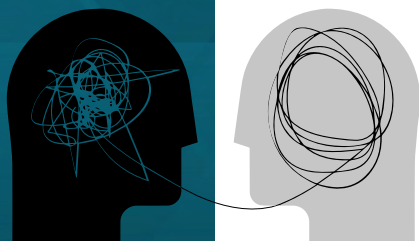
Diversos foram os sistemas de saber (SHIVA, 2003) que foram excluídos ou escamoteados do sistema que vigora atualmente no ocidente. Um deles, objeto de nosso estudo, é o sagrado. Este sagrado, adiantamos, não fala apenas sobre religiosidade nem sobre



religiões institucionais, mas sobre todo um sistema de construção cultural baseado no entendimento do ser humano como um ser complexo, que se relaciona, ao mesmo tempo, com a agricultura, com suas divindades, com o sistema de organização do lugar onde vive e, principalmente, com o respeito aos saberes populares.

Ora, não é possível dizer que a mudança de paradigma que o ocidente sofreu nos últimos séculos não teve reflexos na sociedade em que vivemos hoje. Apesar de muitas vezes ser visto ou colocado como um movimento natural, o escamoteamento de pautas tão essenciais e intrínsecas aos seres humanos e que marcaram nossa vivência durante tanto tempo não acontece sem um preço a ser pago pelos sujeitos que tem essas temáticas tiradas de si, não acontece sem que a humanidade como um todo sofra as consequências dessas decisões. Por esse motivo, muito se vê, em diversas atitudes e movimentações de grupos da atualidade uma nova busca por conexão com as pautas abandonadas nos séculos anteriores (UNGER, 1991). Vemos os indivíduos, particularmente, mesmo que ainda inseridos em um contexto fortemente dominado pelos ideais do progresso, buscarem, consciente ou inconsciente, essa reconexão.

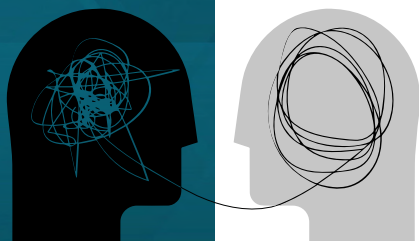
Assim, o presente trabalho tem por objetivo principal refletir sobre a importância das mídias para os movimentos de busca pela conexão com o sagrado. Os seguintes esforços são elencados como objetivos específicos: refletir sobre o sagrado como inerente ao ser humano; entender o processo de dessacralização que vivenciamos na atualidade e pensar a respeito dos esforços realizados pelos indivíduos que buscam a reconexão com o sagrado. Para tanto, realizaremos uma pesquisa bibliográfica baseada em autores que pensam sobre essas temáticas. Tal reflexão nos possibilitará desenvolver com maior eficácia futuras pesquisas que busquem lidar com os conceitos aqui trabalhados.



A DESSACRALIZAÇÃO DO MUNDO

O que nossa sociedade entende por sagrado muitas vezes é relacionado à religião enquanto instituição, como sinônimo de “igreja”. Apesar de esta, como colocamos acima, não ser a abordagem de sagrado que procuramos entender no presente trabalho, dedicaremos alguns parágrafos para entender como surgiu esse pensamento, afinal ele tem impacto direto em nossa relação com o sagrado na atualidade. É amplamente disseminado o fato de que a igreja institucionalizada, por deter grande poder, principalmente durante a Idade Média, deixou grandes marcas na história, passando a ser temida e renegada por muitos tanto na época de sua maior atuação quanto nos dias de hoje. A igreja se formou como instituição hegemônica e passou a controlar muito do que acontecia na sociedade nessa época, tomando decisões que muitas vezes iam contra a vontade do povo. Dessa forma, baseados no posicionamento de uma instituição em específico, que na época de seu auge tornou-se um sinônimo de “religião”, fomos aos poucos caminhando para a construção de uma sociedade que teme o sagrado como um todo, pois o reconhece apenas como instituição, que quer a todo o custo expulsá-lo de suas vivências, tomada por um positivismo exacerbado. Como bem diz Unger (1991, p. 25): “Em sucessivas etapas, o Ocidente operou um corte que separou a unidade da diferença, o um do múltiplo, a luz da escuridão, o bem do mal, o corpo do espírito, o homem do Cosmos.”.

Acreditamos que o processo de distanciamento do indivíduo comum com as divindades e com a religiosidade como um todo foi fruto de dois esforços em especial, esforços estes aparentemente antagônicos, mas que acabaram por surtir o mesmo efeito. De início é possível que observemos os posicionamentos da igreja na época, que através da imposição de diversos dogmas e postulados colocou a esfera do sagrado em nível hierárquico muito diferente daquele

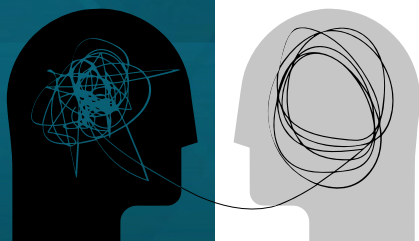


do cidadão comum, o que com o enraizamento do poder da Igreja tornou-se ainda mais forte, pois o sagrado não era mais visto como pertencente ao culto do homem, mas como ferramenta de repressão social. Tal distanciamento foi reforçado através de um movimento que buscava ir justamente ao contrário daquela realizado pela Igreja, mas que se tratando da relação indivíduo X sagrado/religiosidade, surtiu o mesmo efeito: o do positivismo e da iconoclastia.

Dessa forma, tendo em vista os acontecimentos históricos, é possível que entendamos como se deu o afastamento da sociedade em relação ao sagrado e à religiosidade. Isso é reforçado também pelo conceito que temos de monopólio da ciência, onde a ciência e toda a evolução tecnológica e social propiciada por ela não poderia conviver com conceitos considerados “ultrapassados” ou “primitivos”, como o do sagrado, por exemplo. Dessa forma, com um sistema dominante que preza pelo abandono do sagrado, das religiosidades múltiplas e das pautas de saber popular, caminhamos para um processo de dessacralização do mundo.

O QUE É O SAGRADO

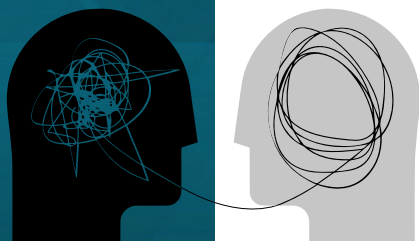
Para fazermos-nos entender em relação ao que compreendemos por sagrado fazemos coro ao renomado historiador das religiões Mircea Eliade, quando fala que o sagrado é uma pulsão inerente ao ser humano (ELIADE, 2018). O que quer dizer que, independente do contexto social/cultural em que está inserido, o ser humano tem o sagrado como interiorizado, mesmo que as circunstâncias tentem apagá-lo. Essa pulsão é muito mais densa e profunda que qualquer dos episódios encabeçados por religiões institucionais que possamos citar, pois fala do sagrado em um âmbito antropológico e não social ou cultural, não tem nenhum tipo de relação direta com as religiões



institucionais, estas são formas de pensar, movimentar e integrar-se com o sagrado, mas não são sinônimos deste. Esse é um aspecto relativamente difícil de pontuar, pois não estamos acostumados a entender “sagrado” dessa forma, não costumamos pensar sobre tal ponto; no entanto, é também (e justamente por isso) muito importante que essa perspectiva seja reforçada e deixada às claras.

Ora, se o sagrado, independente da forma como se apresenta ou de como acontece a ligação com ele, é inerente ao ser humano, entendemos que o planejamento de uma sociedade desligada do sagrado e sem necessidade nenhuma de relação com ele, por mais que amplamente difundido e reforçado há muito tempo, não se sustenta. Tal afirmação, além de ser perigosa, nos parece inviável. Assim, no presente trabalho, nos utilizamos de uma perspectiva que entende o ser humano como um ser complexo, que dentre diversos outros pontos também precisa e se liga com o sagrado, independentemente do ambiente em que está inserido, e tendo se desligado e procurado romper com essas conexões, acaba entrando em crise.

Entendemos as diversas formas de ligação com o sagrado como sendo saberes populares que foram desenvolvidos e cultivados por milênios, desde que o ser humano está presente na Terra. No entanto, assim como diversos outros saberes populares, estes que tem como objetivo o contato com o sagrado tem sido deixados de lado; nas palavras de Shiva (2003, p. 21) os sistemas locais de saber “[...] têm sido subjugados por políticas de eliminação, não por políticas de debate e diálogo”. Refletindo sobre essa colocação, reforçamos um pensamento que acompanha e identifica o presente trabalho: não nos colocamos contra os processos de desenvolvimento científico e tecnológico, ao contrário disso. Mas entendemos que tais processos poderiam, inclusive, ser enriquecidos e fortificados com o apoio e o respeito aos sistemas locais de saber, pois sendo o sagrado uma pulsão do ser humano renegá-lo só acaba por trazer



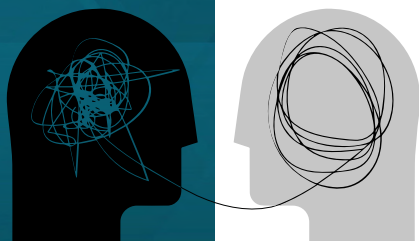
malefícios a todos os âmbitos, até mesmo para o da ciência. Surge, dessa maneira, a possibilidade e a necessidade de pensarmos nas formas de reencontro com o sagrado, que surgem de forma contra hegemônica, movimentadas por grupos de indivíduos que, motivados pela pulsão interior, se envolvem em atividades que almejam conectar-se, ou reconectar-se, com o sagrado.

UM POSSÍVEL PROCESSO DE RECONEXÃO

Como já citado anteriormente neste texto, vemos que atualmente, no ocidente, muito se busca, de diversas formas, encontrar um ponto de conexão com o sagrado, mas talvez a sociedade como um todo não esteja procurando da forma mais adequada, talvez tenhamos nos esquecido do olhar necessário para tal conexão. Unger (1991) concorda que nossa sociedade está buscando novamente o sagrado, mas considera essa busca dicotômica, ela fala:

Ir buscar no Oriente uma alternativa para o imperialismo da razão, se por um lado significa um questionamento do etnocentrismo, por outro significa atribuir esta dimensão a um Outro e nunca a si mesmo. A exotização da dimensão mítica pode ser também uma maneira de negar-lhe a cidadania: é bem mais tranquilizador pôr a diferença fora do que dentro (p. 27).

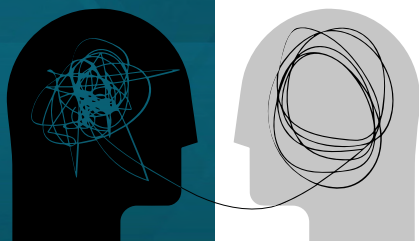
Ora, não é surpresa que nos encontremos perdidos quando tentamos, enquanto sociedade, buscar o sagrado. Sofremos um processo de desconexão com ele que durou, e continua durando, muitos anos. As coerções sociais pelas quais somos afetados hoje em dia indicam um caminho que vai no sentido oposto ao do sagrado, que reforça a dessacralização. Nascemos, de forma geral, em uma sociedade dessacralizada; reencontrar esse sagrado, por mais que ele esteja presente em nós enquanto pulsão (ELIADE, 2018) não é uma busca simples nem que se dá de forma igual para todos os indivíduos.



Mas a conexão com o sagrado na atualidade, apesar de não ter os caminhos muito claros e frequentemente esbarrar em dificuldades (UNGER, 1991), é sim possível de ser efetivada, pois como dissemos, apesar de termos expulsado o sagrado do plano principal, o chutado para debaixo do tapete, ele permanece lá, pois é parte de nossa essência (ELIADE, 1998).

Pensando especificamente sobre o papel das mídias nesse processo de busca pela reconexão com o sagrado somos levados à pré-história, onde os primeiros seres humanos que habitaram a Terra já buscavam comunicar-se, utilizando dos recursos que tinham à mão, como o próprio corpo, pinturas rupestres, esculturas, etc, esses exemplos são caracterizados por aquilo que Baitello Junior (1998) chama de mídias primárias (no caso da utilização apenas do corpo para comunicar-se) ou mídias secundárias (quando são utilizados outros artefatos não-elétricos no processo comunicacional). As pautas dessas comunicações, podemos ver em exemplos elencados por Bourcier (2013), são tomadas por temáticas centrais como o sagrado e a dança.

Ainda na mesma linha de raciocínio, é fácil identificar alguns esforços realizados na atualidade e que promovem, abertamente, uma tentativa (ou a própria) conexão com o sagrado por meio da dança, como acontecia já na pré-história. Como exemplos temos o trabalho do coreógrafo Bernhard Wosien, “artista no sentido mais amplo” como consta em seu livro “Dança: um caminho para a totalidade”, buscou ao longo de sua vida a conexão com o sagrado através da dança, desenvolvendo o conceito de Dança Sagrada e, segundo ele próprio (WOSIEN, 2000, orelha do livro), dando “um novo impulso à dimensão religiosa desta arte”. Wosien tem hoje diversos discípulos que praticam a Dança Sagrada e a tem como ponte com o sagrado, uma delas é Anna Barton, que foi sua aluna e dedicou-se também a escrever sobre o tema em seu livro “Dançando o Caminho do Sagrado” (BARTON, 2012).



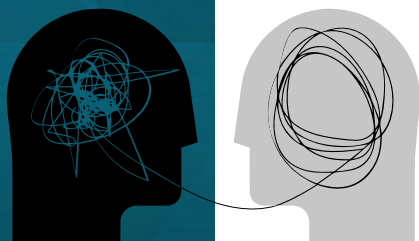
Iris Stewart, professora e palestrante de temas femininos e dança se dedicou também a pesquisar sobre a conexão com o sagrado através da dança, mas a partir de uma modalidade diferente das que citamos anteriormente, no livro “A Dança do Sagrado Feminino: O Despertar Espiritual da Mulher através da Dança, dos Movimentos e dos Rituais”, Stewart apresenta o conceito de WomanDance, modalidade de dança criada por ela, que executa danças associadas à espiritualidade (STEWART, 2016).

As movimentações citadas acima, em conjunto com outras vertentes como as danças circulares que vem ganhando força nos últimos anos, por exemplo, se tratam de atividades que têm, abertamente, o intuito de conexão com o sagrado, mas que não fazem parte de nenhuma religião específica, podendo seus praticantes terem ou não outras crenças. É possível citarmos também um outro processo que vem acontecendo na atualidade, onde, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), observamos um crescimento na diversidade de grupos religiosos no país e um maior número de adeptos em diversas religiões¹⁹, ou seja, um possível crescimento na busca pela conexão com o sagrado, neste caso, através de religiões institucionais.

AS MÍDIAS E A CONEXÃO COM O SAGRADO

Ao pensarmos nas formas como o sagrado é manifestado e como os indivíduos se conectam com ele, se torna difícil que desviemos das mídias como ponto importante nessa relação. Como citamos acima, desde os primórdios de nossa espécie, no período paleolítico,

¹⁹ Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14244-asi-censo-2010-numero-de-catolicos-cai-e-aumenta-o-de-evangelicos-espiritas-e-sem-religiao#:~:text=Os%20adeptos%20da%20umbanda%20e,0%2C3%25%20em%202010.&text=Com%20propor%C3%A7%C3%B5es%20de%2065%2C5,grupos%2C%20as%20mulheres%20eram%20maioria.> Acesso em: 09 de outubro de 2020.



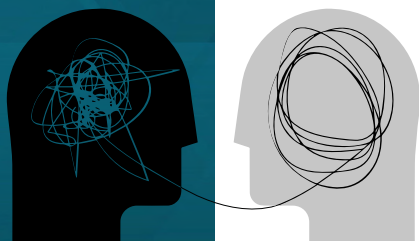
os seres humanos já se conectavam com o sagrado, indicam registros históricos (BOURCIER, 2001). Essa certeza permaneceu muito forte em relação à Idade Antiga e na Idade Média, mas perde força quando se fala da Idade Moderna e da Idade Contemporânea.

Ora, o próprio movimento do corpo que ritualiza o sagrado (danças, rituais, louvores), já pode ser considerado, de acordo com Baitello Junior (1998) um tipo de mídia, a qual o autor chama, como dissemos, de mídia primária. É um processo aparentemente simples, pois não se utiliza de nenhum tipo de materialidade, mas é muito importante tendo em vista que o corpo é uma grande ferramenta comunicacional ainda nos dias de hoje. Ao deixar registros em pinturas rupestres e esculturas, posteriormente em textos sagrados e poesias, em pinturas e gravuras, o ser humano eterniza a sua relação com o sagrado nas mídias secundárias (BAITELLO JUNIOR, 1998).

No contexto pandêmico, por exemplo, observamos um grande número de igrejas realizando os chamados “cultos online”; há alguns anos podemos encontrar diversos *YouTubers* e influenciadores digitais que se dedicam a falar sobre religiosidade e sagrado, vinculados ou não a religiões institucionais; além da grande possibilidade aberta pela internet de que indivíduos ao redor de todo o globo, que contem com acesso à rede, possam acessar e obter informações a respeito das mais diversas formas de conectar-se com o sagrado, institucional ou não, gerando também a possibilidade de formação de redes de contato, como grupos em sites de rede social e fóruns de discussão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A possibilidade de estarmos vivendo uma “nova era” onde o sagrado e os demais saberes populares não são mais importantes e/

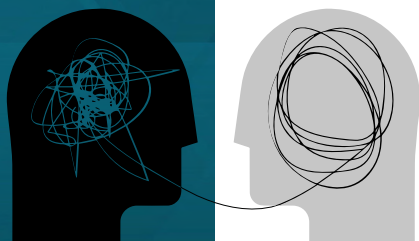


ou relevantes, muitas vezes surge em discursos ditos progressistas, mas observamos que tal proposta se mostra infundada, tendo em vista que o sistema dominante na atualidade não se desenvolveu baseado em diálogos e através da comunhão de todos os sistemas “anteriores”, mas se trata de um “[...] sistema local, com sua base social em determinada cultura, classe e gênero. Não é universal em sentido epistemológico” (SHIVA, 2003, p. 21), e justamente por este motivo, podemos observar os diversos esforços de tentativas de reconexão com o sagrado que acontecem na atualidade.

Além disso, como vimos com base em Eliade (2018), as pulsões continuam e continuarão a nos afetar com a mesma intensidade, independentemente das evoluções sociais que estejamos vivenciando. Mas ora, mesmo que afetados por essas pulsões, por estarmos imersos em um sistema que não admite este tipo de saber, nos vemos perdidos. Estamos em um contexto onde forças opostas agem sobre o indivíduo, que busca, nas mais variadas atividades, reencontrar o sagrado que foi deixado para trás.

Através das reflexões oportunizadas pela pesquisa, compreendemos que, apesar da grande imposição progressivista imposta pelo sistema dominante na atualidade, as pulsões antropológicas, como o sagrado, permanecem agindo nos indivíduos, que por sua vez, se utilizam dos recursos disponíveis, como a internet, para buscar possibilidades para essa reconexão. As mídias se mostram, mais uma vez, como grandes aliadas nessa tentativa. É claro, não se trata de uma virada cultural ou social, capaz de interromper ou minimizar a dessacralização do mundo que vem acontecendo, mas de esforços particulares, mostrando que os indivíduos, contra hegemonicamente, têm se sentido impelidos a buscar novamente a conexão com o sagrado.

Dessa forma, como já colocado, entendemos que as mídias exercem papel fundamental não apenas na disseminação de



conteúdos a respeito do sagrado mas para que de fato a conexão com ele tente ser restabelecida de alguma forma. Sejam as mídias secundárias, como os livros, sejam (principalmente) as mídias terciárias (BAITELLO JUNIOR, 1998) como a internet e dentro dela os sites, blogs e sites de rede social, é possível não só informar como também possibilitar a criação de redes e novos grupos que se unem ao redor de um interesse em comum.

REFERÊNCIAS

BAITELLO JUNIOR, Norval. Comunicação, Mídia e Cultura. *São Paulo em Perspectiva*. São Paulo. V.12/no. 4. p. 11-16. Out/Dez 1998.

BARTON, Anna. *Dançando o caminho sagrado*. São Paulo: Triom, 2012.

BOURCIER, Paul. *História da Dança no Ocidente*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano: A essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 2018.

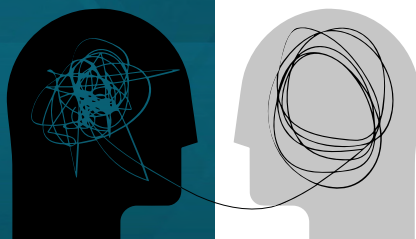
IBGE, Agência de Notícias. Censo 2010: número de católicos cai e aumenta o de evangélicos, espíritas e sem religião. 29 de jun. de 2012. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14244-asi-censo-2010-numero-de-catolicos-cai-e-aumenta-o-de-evangelicos-espiritas-e-sem-religiao#:~:text=Os%20adeptos%20da%20umbanda%20e,0%2C3%25%20em%202010.&text=Com%20propor%C3%A7%C3%B5es%20de%2065%2C5,grupos%2C%20as%20mulheres%20eram%20maioria>> Acesso em: 09 de outubro de 2020.

SHIVA, Vandana. *Monoculturas da Mente: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia*. São Paulo: Gaia, 2003.

STEWART, Iris J. *A Dança do Sagrado Feminino: O Despertar Espiritual da Mulher através da Dança, dos Movimentos e dos Rituais*. São Paulo: Editora Pensamento, 2016.

UNGER, Nancy Mangabeira. *O encantamento do humano: ecologia e espiritualidade*. São Paulo: Edições Loyola, 1991.

WOSIEN, Bernhard. *Dança: Um caminho para a totalidade*. São Paulo: Triom, 2000.





5

Yvets Morales Medina

LA VIGENCIA DEL PENSAMIENTO DE ARMAND MATTELART EN LAS REFLEXIONES SOBRE CULTURA

DOI: [10.31560/pimentacultural/2021.854.85-97](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2021.854.85-97)

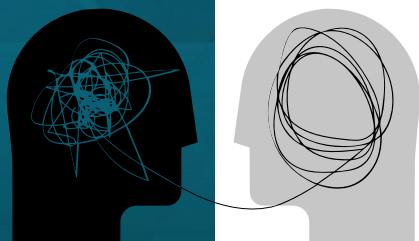
INTRODUÇÃO

El presente artículo busca encontrar algunos puntos de reflexión en la cartografía teórica realizada por Armand Mattelart sobre cultura y comunicación, para conectar con el ejercicio de la ciudadanía comunicativa. Por su parte la comunicación será comprendida como un campo en disputas de sentido discursivas y simbólicas donde los sujetos construyen sus sentidos de realidad y de pertenencia a un espacio social. Para aportar a la comprensión de la cultura en las dinámicas de poder, se partirá de las cuatro interrogantes teóricas y conceptuales: ideología, hegemonía, resistencia e identidad que propone Armand Mattelart (2004)²⁰. Estas puntas de lanza se toman en cuenta como enfoques estructurantes de este artículo.

En términos metodológicos se sustenta en la reflexión teórico-epistémica de Armand Mattelart sobre la cultura y los aportes para pensar el ejercicio de la ciudadanía comunicativa a partir de experiencias de investigación con sujetos que se reconocen en la periferia de la sociedad, y el acompañamiento de algunos eventos de movimientos sociales campesinos e indígenas. En este contexto será la *transmetodología* el horizonte metodológico, entendida con Efendy Maldonado (2012, p.31, cursivas del autor, traducción mía) como:

La *transmetodología* se define como una vertiente epistemológica que afirma la necesidad de *confluencias* y *confrontaciones* entre varios métodos, realizando procesos de atravesamiento lógico, deconstrucción estructural, reconstrucción de estrategias y problematizaciones redefinidas [...]. Se nutre de conocimientos transdisciplinares, en la

20 En el libro titulado "Introducción a los Estudios Culturales" (2004) que publica Mattelart junto con Érik Neveu, realizan una investigación genealógica sobre los Estudios Culturales, un aporte necesario para comprender los desdoblamientos de la noción de "cultura" y actualizar los debates contemporáneos.

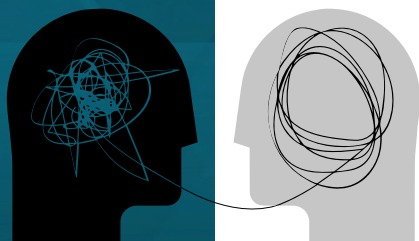


dimensión teórica, y promueve estrategias de exploración, experimentación y reformulación metodológica²¹.

Para Armand Mattelart el abordaje de la *cultura* es una temática recurrente en el devenir de sus investigaciones, dimensión que desenvuelve en su amplia producción bibliográfica, bajo una perspectiva genealógica de la noción de cultura, la complejiza y coloca nuevos elementos esenciales para el debate y la investigación. En su cartografía teórica y empírica es posible observar las ramificaciones que tienen las políticas culturales en el concierto de las organizaciones internacionales, que forman parte del esquema de mundialización de la cultura. Para mostrar las imbricaciones sociales, políticas y económicas que la cultura tiene en las dinámicas de lo que Mattelart denomina la “sociedad global”. Es la perversión del consumo de los bienes culturales y la pérdida del “valor cultural” en un mundo cada vez más globalizado y mediatizado, uno de los focos de atención del autor.

En el campo de la Comunicación, la *cultura* se constituye en un eje de producción de sentido, donde los sujetos pueden producir sus propias subjetividades, ya sea alineados con los imperativos culturales impuestos por las lógicas de dominación, y hegemonía del pensamiento único, o a través de movimientos de resistencia al orden establecido. En estas contradicciones del sujeto social se pueden encontrar puntos de inflexión y fuga entre *cultura* y ejercicio de *ciudadanía comunicativa*, para ello es preciso desnaturalizar el sentido homogéneo y hegemónico de la cultura, así como desvendar al término ciudadanía como si fuera una condición natural de cualquier sujeto. En este sentido es recomendable, problematizar la heterogeneidad del ejercicio de ciudadanía comunicativa, sobre todo en las poblaciones

21 Texto original em português: “A *transmetodologia* define-se como uma vertente epistemológica que afirma a necessidade de *confluências e confrontações* entre vários métodos, realizando processos de atravessamento lógico, desconstrução estrutural, reconstrução de estratégias e problematizações redefinidas [...]. Nutre-se de conhecimentos transdisciplinares, na dimensão teórica, e promove estratégias de exploração, experimentação e reformulação metodológica (MALDONADO, 2012, p. 31, cursiva do autor).

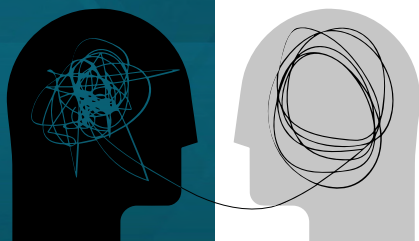


que se encuentran en los márgenes de la sociedad, donde “ser ciudadano\ciudadana” no es un derecho en sí mismo, sino la disputa por el derecho a ejercerla.

Es evidente la importancia que adquieren los *sujetos singulares y/o colectivos* en el debate de los procesos comunicacionales, son ellos que producen los discursos y los ponen a circular tanto a nivel molar (macro) como molecular (micro) de la sociedad, los mismos que se alimentan de las experiencias colaterales, del reconocimiento de su cultura singularizada o impuesta, de las diatribas internas y externas que experimentan en las pulsiones de la vida, así como de las relaciones de poder que emergen de la cotidianidad, de una manera dinámica y en constante disputa.

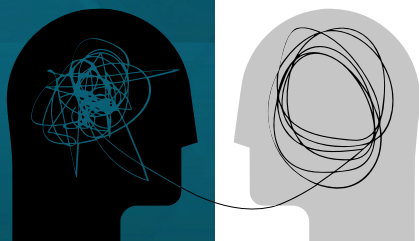
Por su parte la ciudadanía comunicativa no puede ser abordada como un concepto, o como la marca comercial de un *slogan* partidista, debe ser reconocida como una acción política que está en constante disputa de sentidos así como de derechos, para lo cual es necesario reconocer un sujeto capaz de elaborar sus propias experiencias comunicativas, subjetivas y tecno culturales, ya sea que su lugar de enunciación sea la periferia o la centralidad, o se encuentren en clases sociales empobrecidas, marginalizadas, o entre las elites privilegiadas del sistema. Así es posible observar que tanto la producción cultural como el ejercicio de la ciudadanía no es un significante homogéneo y tampoco hegemónico, se desplaza de acuerdo con los movimientos sociales, con la configuración ideológica tanto individual como colectiva, y emerge de las contradicciones ya sea en el cotidiano mismo de cada sujeto, como en las luchas organizadas del sujeto colectivo. Mattelart respecto a la ideología y sus imbricaciones dice:

En primer lugar, la noción de ideología: forma parte del legado marxista en el que bebe la mayoría de los investigadores de esta corriente [Estudios Culturales]. Pensar en los contenidos ideológicos de una cultura no es más que comprender, en un contexto determinado, en qué medida los sistemas de valores,



las representaciones que contienen, intervienen para estimular procesos de resistencia o de aceptación del *statu quo*, en qué medida discursos y símbolos les otorgan a los grupos populares una conciencia de su identidad y de su fuerza, o participan del registro «alienante» de la aquiescencia a las ideas dominantes (MATTELART, 2006, p.61, corchetes míos)

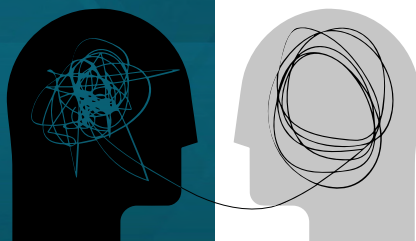
Para situar el contexto de este trabajo, y encontrar los nudos ideológicos de resistencias y opresión, se está pensando en poblaciones que se reconocen en las periferias de un sistema social capitalista, patriarcal, sistema que a través de estructuras de fuerza y *disciplinamiento* ejercen presión sobre los grupos sociales vulnerables para colocarlos en los márgenes, intentando apagar la fuerza cultural que en ellos se genera. A simple vista parecería que existen dos fuerzas antagónicas, las élites y los oprimidos, pensando en términos de diversidad existe una diáspora social, que se regenera y se resignifica de acuerdo con las condiciones sociales, económicas, culturales, territoriales, por lo tanto, es necesario desbrozar esa mirada dicotómica del antagonismo, para percibir en la cultura dinámica de las periferias la construcción de saberes, creencias y mitos que alimentan el cotidiano. Así es posible encontrar discursos propios en la generación de economías solidarias, de violencias impuestas, en la cultura de la comida, del cuidado a los ancianos, de las redes de apoyo para mujeres trabajadoras, en el trueque campesino, en el intercambio de maquillaje y vestidos, en las familias ampliadas que interpelan el reduccionismo de la familia tradicional individualizada. Entonces se puede hablar de periferias diversas que responden a espacios territoriales. y construcciones culturales propias que se las



denomina urbano-marginales, rurales, campesinas, *faveladas*²², entre otras. Que al mismo tiempo se adaptan y reproducen la ideología del sistema establecido (sobre todo el régimen de violencias), como también desarrollan alternativas creativas capaces de desestabilizar al orden imperante de la acumulación de capital y la hegemonía cultural.

En cuanto la preocupación está en las micropolíticas como forma de respuesta a las políticas hegemónicas, los conceptos que usa Mattelart “aldea global”, “ciudad global”, “aldea planetaria” (cada una con sus connotaciones específicas) son cada vez más vigentes para abordar la conformación de un *global marketplace* planetario, representan la vorágine de los mercados, interconexiones y tecnologías que la sociedad asiste, convive y consume desde hace décadas. “En esta visión del mundo como “aldea planetaria” todo ocurría en virtud del mero imperativo tecnológico, un médium presuntamente neutro, transparente y universal que impone su ley emancipadora” (MATTELART, s/f, p. 93), para enseguida advertir sobre la intención de vaciar la complejidad política de la cultura: “De ahí a eliminar la complejidad de las culturas y las sociedades en las que estos mensajes aterrizaban y actuaban, sólo había un paso” (*idem*). Así se evidencia la capacidad, del autor, de cuestionar las visiones deterministas y redentoras que ponderaban en el advenimiento de las tecnologías de la información y la comunicación, el “fin de las ideologías”. A mediados de la década de los sesenta “la revolución de las comunicaciones”, se convertiría en el

22 Según el Diccionario *Priberam da lingua portuguesa*: “Favelado = que ou quem mora em favela [Brasil]” (que o quien vive en la favela). Recuperado de: <https://dicionario.priberam.org/favelado> Sin embargo, Favelado va más allá de simplemente vivir en las denominadas favelas en Brasil. En el portal de comunicación digital Agência de notícias das Favelas (<https://www.anf.org.br>), encontramos una publicación de Karine Ferreira, del 5 de febrero de 2017 con el título: “O que é ser favelado?”, para después continuar: “[... vivir en la favela significaba todo aquello que la élite repudiaba: el lugar de los pobres. Vivir en la favela significaba ser excluido y, al mismo tiempo culpado por todas las cosas malas que asolaban a Río de Janeiro. Favelado era el chivo expiatorio. ¿Era o todavía es?” Se pregunta Karine Ferreira, mujer favelada, graduada en História. Al finalizar el texto, escribe “[...] En una sociedad que nos percibe como escoria, ser favelado es resistir.” (FERREIRA, ANF, 2017, traducción mía). Recuperado de: <https://www.anf.org.br/o-que-e-ser-favelado/>. Acceso en: 22 nov.2020.

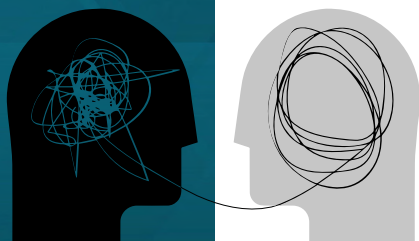


paradigma emancipador, para resolver problemas políticos y sociales que las propias “revoluciones políticas” no lo habían conseguido. Sin embargo, como advierte Mattelart, esta no era más que una estrategia discursiva en el nivel hegemónico, para homogenizar las culturas y la sociedad, y alimentar la lógica de consumo en la “aldea planetaria” del imperativo de mercados. Las estrategias de penetración tecnológica, así como la legitimidad comunicacional están vigentes, y concitan interés debido a la saturación tecnológica y de información; mientras la brecha social y económica es cada vez más polarizada, y en muchos de los casos invisibilizada por el espejismo del desarrollismo tecnológico, los mercados internacionales y las intercomunicaciones.

Para Mattelart la *ideología* es un concepto estructurante en el tratamiento de la *cultura* como engranaje político del sistema de relaciones de poder. En este ambiente, el concepto de *ideología* no está solo, tiene relación directa con las nociones de hegemonía, resistencia e identidad, como vemos en las trayectorias fluidas de la cultura en los sistemas económicos y políticos tanto locales como internacionales. En la comprensión de las relaciones de significación entre los conceptos estructurantes de la *cultura*, es posible ver que la hegemonía y la ideología se afectan mutuamente, al respecto, Terry Eagleton desde una mirada marxista afirma:

La hegemonía, por lo tanto, no es solo un tipo exitoso de ideología, sin embargo, puede ser descompuesta en varios aspectos ideológicos, culturales, políticos y económicos. La ideología se refiere específicamente al modo como las luchas por el poder son entrelazadas en el nivel de significación; y aun cuando esa significación estuviera presente en todos los procesos hegemónicos, ella no es en la totalidad de los casos, el nivel dominante por el cual la norma es mantenida²³ (EAGLETON, 1996, p. 196, traducción mía)

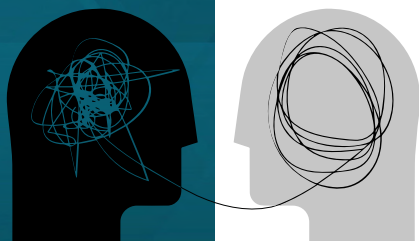
23 Texto citado en portugués: “A hegemonia, portanto, não é apenas um tipo bem-sucedido de ideologia, mas pode ser decomposta em seus vários aspectos ideológicos, culturais, políticos e econômicos. A ideologia refere-se especificamente ao modo como as lutas pelo poder são travadas no nível da significação; e, embora essa significação esteja presente em todos os processos hegemônicos, ela não é, na totalidade dos casos, o nível dominante pelo qual a norma é mantida.” (EAGLETON, 1996, p. 196).



Se podría decir entonces que la hegemonía como ideología puede ser transmitida a través de prácticas no discursivas, así como de enunciados retóricos en formas culturales, políticas o económicas. “Podríamos definir la hegemonía como toda una gama de estrategias políticas mediante las cuales un poder dominante obtiene de aquellos a quienes subyuga el consentimiento en su dominación” (EAGLETON, 1996 p.198). Según Gramsci los aparatos hegemónicos que operan en la coerción serían los mediadores entre la sociedad civil y el Estado, y sostiene que quien conquista la hegemonía establece un liderazgo que le permite reproducir su propia “visión de mundo”. Por su parte Mattelart enfatiza que la noción de ideología es parte del legado marxista, mientras que en Gramsci encuentra la inspiración para explicar la noción de hegemonía.

La hegemonía es fundamentalmente una construcción del poder a través de la conformidad de los dominados con los valores del orden social, con la producción de una «voluntad general» consensual. Se comprende entonces la atención que la noción gramsciana sugiere prestar a los medios de comunicación” (MATTELART, 2004, p. 60).

Los sistemas mediáticos como aparatos hegemónicos de reproducción de una visión de mundo se vuelven aliados naturales del sistema capitalista. Se constituyen en los mediadores estratégicos entre las élites y las clases populares, se convierten en los transmisores “eficientes” de los discursos hegemónicos que alimentan el consumo y *desterritorializan* las manifestaciones culturales. Lo que favorece el funcionamiento de la máquina de poder, mediante el engranaje de una cultura homogénea y masificada. Mattelart a partir del concepto de “comunicación-mundo” (2001) de filiación *braudeliana*, busca dar cuenta de las lógicas de exclusión que la fusión entre capital económico y sistemas de comunicación reproducen entre países, regiones y sistemas sociales.

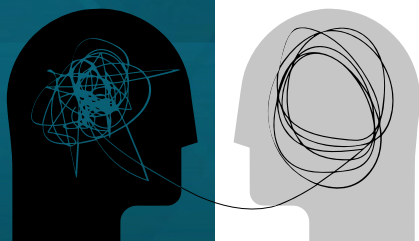


Pensando en el concepto de “comunicación-mundo” permite llegar a construir un mapa de desigualdades²⁴ que en la actualidad no es de difícil acceso, porque en el imaginario de los “usuarios globales” las violencias se representan de forma natural, vía sistemas mediáticos interconectados (whatsApp, redes sociales, buscadores, indexadores, repositorios, servicios on-line, mercado virtual, gobiernos virtuales, etc.). De modo que atraviesan las emocionalidades, ingresan en los espacios privados del deseo, a tal punto que existe una especie de percepción anestesiada, para sobrevivir a tanto choque mediático que impactan los cuerpos físicos y emocionales a escala intermitente.

Es así que la cultura como espacio de memoria y construcción de subjetividades se ve, también, afectada por múltiples factores, pero sobre todo por esa “economía-mundo” que está polarizando cada vez más las diferencias entre clases sociales, etnias, culturas. Mediante la privatización de los derechos básicos como son: alimentación, salud, educación, vivienda, afectos, así como el desmantelamiento de las condiciones básicas ambientales por la contaminación del aire, agua, tierra. A la “economía-mundo” y a los gobiernos que se encuentran al servicio de la ideología capitalista no les importa que la “determinación” de un país haya construido una Constitución que establece que la naturaleza sea objeto de derechos como es el caso del Ecuador, esos artículos constitucionales no son más que simples adornos usados de forma retórica por presidentes, ministros y también por los organismos internacionales que felicitan al país del Sur por ser el primero en otorgar derechos a la “madre naturaleza”. Sin embargo, son los espectadores de primera fila del desmantelamiento, la privatización y contaminación de los territorios del mundo, no solo de América Latina.

En este contexto de las ideologías de consumo hegemónico y de la hegemonía de ideologías patriarcales, el sujeto singular y

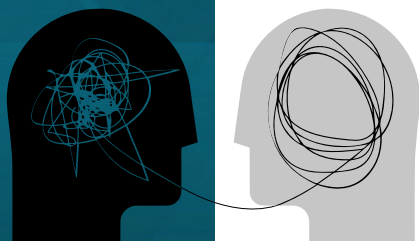
²⁴ Mapa de las desigualdades 2017, contexto Brasil. Realizado por el movimiento *Nossa Brasília* con el apoyo de Oxfam. Recuperado de: https://www.oxfam.org.br/sites/default/files/arquivos/mapa_2017_completo.pdf



colectivo, está presente de múltiples maneras, ya sea disputando espacios ciudadanos, visibilizando otras formas de organización, o resistiendo al propio sistema, a través de sus saberes, creatividad, capacidad de sobrevivir y sobre todo pasión. Si algo ha pretendido el sistema patriarcal ha sido neutralizar la capacidad de sentir; por todos los medios han buscado y buscan los mecanismos para anestesiar al ser humano, intentan naturalizar las violencias, las muertes por armas de fuego, la eliminación sistemática de cuerpos marginalizados, la inseguridad ciudadana, pretenden que los sujetos prefieran seguir endeudándose y sacrificando su presente, de tal modo que el tiempo-espacio se reduce y, no consiguen generar redes de apoyo, de truke, de solidaridad afectiva y efectiva.

Inmersa en el bombardeo mediático, la sabiduría popular elabora mensajes cargados de simbología: “mientras ellos se empeñan en matarnos, nosotros nos empeñamos en NO MORIR”, ese es el gesto político de resistencia de los grupos, movimientos, organizaciones, los sujetos político-históricos que se encuentran en lugares otros de la escala social, fuera de la centralidad. Tienen la capacidad de reconocer su vulnerabilidad en un sistema patriarcal, para resignificarse, comprender sus lugares de enunciación, de reconocimiento. Si bien legitiman los No Lugares (MARC AUGÉ) imponiendo su presencia y apropiándose de ellos, como en los *shoppings center*, centros comerciales. En otros casos devuelven a la sociedad espacios de sociabilidad, de construcción de cultura, como son: las ferias populares, las asambleas comunitarias, los encuentros sociales, las ollas vecinales, los bailes de barrio, los mercados²⁵ populares, las comidas colaborativas, los medios de comunicación comunitarios, “la minga” proceso comunitario rico en

25 Es interesante como la palabra “mercado” fue usada para significar la desposesión y nombrar las transacciones internacionales en la macro política globalizada. En cuanto el MERCADO, en el cotidiano de ciudades de América Latina es el lugar de múltiples colores, de acopio de productos agrícolas, artesanales, elaboración de comidas, es el lugar donde se intercambia, se habla, se discute, se negocia el precio, se conoce de las dolencias, las alegrías, el nacimiento del hijo, donde las subjetividades están en efervescencia en el contacto con el Otro.

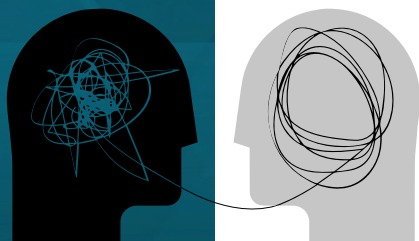


significación simbólica, cultural y de trabajo colaborativo, modos de alcanzar sueños y reavivar la confianza en el Otro.

Cuanto más se sumerge en la producción de significación de las micropolíticas, más rasgos de comunidad se encuentran, la diáspora discursiva interpela el discurso monolítico de la cultura hegemónica, los discursos son dialécticos y se resignifican en el flujo de los procesos de circulación, constituyéndose en mediadores de las manifestaciones culturales, según Mattelart “No hay cultura sin mediaciones y no hay identidad sin-traducción” (s/f, p.176). La oportuna erudición de Mattelart, permite pensar los problemas de la comunicación en términos rizomáticos, donde los eventos históricos son dimensiones de intensidad que abren puertas a profundizar más allá de lo evidente, para cartografiar movimientos históricos, documentos, argumentos, evidencias que insertan a la cultura en el concierto macro político, para obligarnos a pensar en las micro políticas cotidianas, en las contradicciones que la cultura como dimensión social puede ofrecer al campo de la Comunicación y de las Ciencias Sociales en general.

CONSIDERACIONES FINALES

Para cerrar este artículo, y pensando en unas reflexiones finales, es necesario repensar el tema de las identidades fragmentadas y domesticadas, que se reproducen en la sociedad y toman forma de diversidades estereotipadas. Es emergente para el campo de la comunicación alimentar el debate sobre la cultura y la comunicación más allá de los sistemas mediáticos, es decir entrar en el debate de las relaciones de poder que están afectando los procesos de significación y construcción de subjetividades de los sujetos singulares y colectivos. Es posible encontrar en las periferias discursos que interpelan el pensamiento hegemónico, debatir ideologías otras, de resistencias

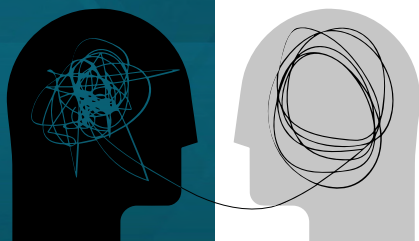


que entren a romper el binarismo dicotómico centralidad-periferia, para pensar en términos de circularidad. Es necesario desde el campo de la comunicación generar alternativas al pensamiento único de la “comunicación-mundo”.

Los cuatro ejes que nos propone Mattelart, ideología, hegemonía, resistencias e identidad, se constituyen en claves para pensar los modos en que opera la cultura y la comunicación, en una sociedad cada vez más convulsionada y polarizada. Nos permite reflexionar sobre el sentido que acarrearán las palabras en el devenir de los sujetos singulares y colectivos, para repensar y comprender la potencia significativa de los discursos y su condición polisémica. Podemos entender, entonces, que cultura y comunicación no son conceptos cerrados, son campos en disputas de sentido, que se articulan en las contradicciones sociales, que demandan de problematizaciones críticas y singularizadas, para interpelar las ideologías hegemónicas y reconocer los mecanismos de resistencias que operan en las culturas que se construyen en las periferias.

El combate por la cultura es un combate por la lengua. Por esta razón, no puede abstraerse de la crítica de las palabras expoliadas de su memoria por el pragmatismo propio del management. Este libro, por tanto, también es una invitación a mantener distancias respecto a un vocabulario que adquirió carta de ciudadanía al mismo tiempo que legitimaba, como norma universal, una visión unívoca del mundo y de su porvenir. (MATTELART 2006, p.6)

Este es el último párrafo de la introducción del libro “Diversidad Cultural y Mundialización”, 2006, Mattelart de manera magistral consigue advertirnos sobre los peligros del pensamiento único, así sea a través de sus propios libros.



BIBLIOGRAFÍA

EAGLETON, Terry. A ideologia e suas vicissitudes no marxismo ocidental. Em: Zizek, Slavoj (org.). *Um mapa da Ideologia* (pp.179 -226). Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

GUATTARI, Félix. y ROLNIK, Suely. *Micropolítica. Cartografias do Desejo*. Petrópolis: Vozes, 1996

FERREIRA, Karine. *O qué é ser favelado?* Agência de notícias das favelas. 5 de febrero de 2017. Disponible en: <https://www.anf.org.br/o-que-e-ser-favelado/>. Acceso en: 22 nov.2020.

MALDONADO, Efendy. A transmetodologia no contexto latino-americano. En Maldonado, E. [et al] (org.). *Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação*. (pp. 21-42). Rio do Sul: UNIDAVI, 2012.

_____. *Epistemología de la Comunicación. Análisis de la Vertiente Mattelart en América latina*. Quito: ediciones CIESPAL, 2015.

MATTELART, Armand. *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1998.

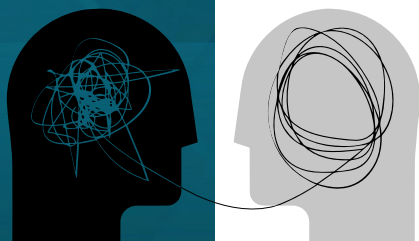
_____. *Geopolítica de la Cultura*. Bogotá: Ediciones desde Abajo. Versión digital, s/f.

_____. *Diversidad Cultural y Mundialización*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2006.

MATTELART, Armand. y SÉNÉCAL, Michel. *Por una mirada-mundo. Conversaciones con Michel Sénécal*. Temuco: Ediciones de la Universidad de La Frontera, 2013.

MATTELART, Armand y NEVEU, Érik. *Introducción a los Estudios Culturales*. Barcelona: Ediciones Paidós, 2004.

RIVERA, Silvia. *Um mundo ch'ixi es posible. Ensayos desde un present en crisis*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Tinta Limón, 2018.



6

Graziele Rodrigues de Oliveira

O CORPO COMO PRODUTO SOCIAL EM NARRATIVAS DE TELEJORNALIS SOBRE A VIOLÊNCIA URBANA

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.98-111



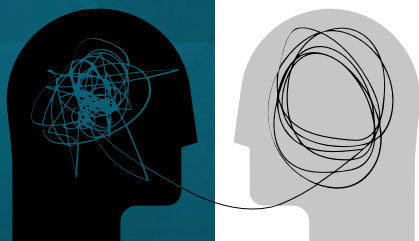
INTRODUÇÃO

No começo do século XX, as políticas de imigração baseadas no branqueamento da população e o incentivo à empregabilidade de imigrantes europeus provocaram, segundo Fernandes (1978), a hierarquia de posições no mercado de trabalho reproduzida até hoje. A ideia de democracia racial esconde o racismo no pretexto de país da miscigenação, “num país onde há a mistura étnico-raciais não pode existir o preconceito”, porém este discurso esconde os processos de dominação e o passado de exploração colonialista (FERNANDES, 1978).

Levando esta hierarquia para o contexto da violência urbana se pode relacionar o poder dos senhores de escravos construído no tempo-espaço que hoje é “substituído” pelo poder do sistema de justiça criminal que seleciona as penas conforme a vulnerabilidade do cidadão – por exemplo, a lei que oferece mais direitos aos presos com curso superior, a tentativa de implantar a menoridade penal, as pessoas que passam anos na cadeia sem previsão de julgamento (BATISTA, 2003).

Porém, essas violências (*simbólicas e/ou objetivas*) pelas quais estas populações estão submetidas não poderiam ser tão bem estruturadas sem o *poder simbólico* (BOURDIEU, 1989) da imprensa na construção do inimigo, nem o poder do sistema da justiça criminal poderia ser tão eficaz na coerção e controle social sem os recursos persuasivos da grande mídia (SOUZA, 2009).

Para tanto, o objetivo deste trabalho é refletir sobre os efeitos discursivos das narrativas de telejornais sobre a violência urbana e a sua correlação com a *percepção social do corpo*. Sendo assim, além da introdução o artigo está estruturado em dois tópicos: a) discussão sobre os conceitos de *violência objetiva* e *corpo de classe* a serem

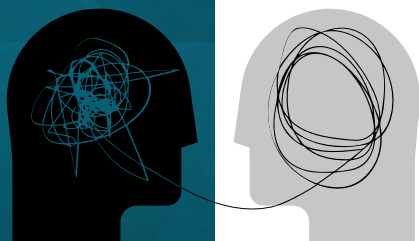


empregados como chave de leitura para análise da narrativa dos telejornais elencados; b) a análise das narrativas.

A VIOLÊNCIA OBJETIVA E O CORPO COMO PRODUTO SOCIAL

Slavoj Žižek no livro *A violência: seis reflexões laterais* ([2007] 2014) traz alguns conceitos sobre a violência de maneira a contextualizá-la sob o espectro da sociedade capitalista. Com bases teóricas lacaniana (real e realidade) e marxista (materialismo histórico), o autor destaca a violência subjetiva como aquela mais fácil de se perceber: a violência subjetiva é aquela visível, ela é uma parte do complexo de uma violência maior, ela “[...] é percebida como uma perturbação do estado de coisas “normal” e pacífico” (ŽIZEK, 2014, p. 17, grifo do autor), logo se pode entender a violência subjetiva como a violência urbana, pois esta desestrutura outro conjunto de violências que organiza a vida social capitalista tal como é, desigual, injusta, competitiva. No conceito de *violência simbólica*, este é mais do que as formas visíveis de violência permeada na linguagem, das relações de poder presentes no discurso, mas uma imposição de sentido, de uma ideologia imposta pela linguagem. Ademais, há a *violência sistêmica*, àquela exercida pelas más ou ausentes políticas públicas, pelas coerções do mercado. Todas estas violências amparam a *violência objetiva*, que para o autor é a fundante das demais violências, esta é invisível porque controla o estado atual das coisas. Em suas palavras:

A violência objetiva é uma violência invisível, uma vez que é precisamente ela que sustenta a normalidade do nível zero contra a qual percebemos algo como subjetivamente violento. Assim, a violência sistêmica é de certo modo algo como a célebre “matéria escura” da física, a contrapartida de uma violência subjetiva (demasiado) visível. Pode ser invisível, mas

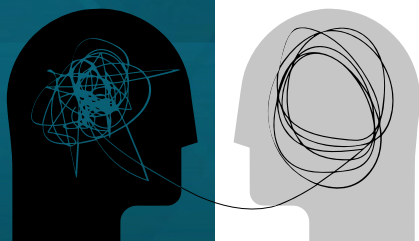


é preciso levá-la em consideração se quisermos elucidar o que parecerá de outra forma explosões “irracionais” de violência subjetiva. Quando a grande mídia nos bombardeia com as “crises humanitárias” que parecem surgir constantemente mundo afora, deveríamos levar sempre em conta que uma crise concreta só irrompe na visibilidade dessa mídia enquanto resultado de uma conjunção complexa de fatores. (ZIZEK, 2014, p. 17, grifo do autor).

Sendo o capitalismo uma lógica que controla o corpo social na invisibilidade desta ideologia, o autor ressalta que não se pode encontrar culpados específicos por esta violência objetiva, pois esta faz parte do mecanismo do próprio sistema capitalista. De acordo com Zizek (2014) é também pelas modificações do sistema capitalista com vistas à *biopolítica*²⁶ pós política que o capitalismo se estrutura como visão de mundo que não se deixa escapar deste círculo vicioso que é a cultura instituída numa lógica em que a *violência objetiva* é necessária para o seu funcionamento; assim a gestão de conflitos e problemáticas advindos do sistema capitalista é ajustada sob uma perspectiva despolitizada, numa administração específica para determinado problema, as chamadas “políticas públicas emergências”, como a prisão. Porém, como seres humanos movidos pelos afetos, no sistema capitalista há estímulos poderosos para este tipo de administração em que se nega a política, um destes estímulos é o medo. Assim, a partir do medo a sociedade passa a se organizar. Em suas palavras:

O que significa que, com a administração especializada, despolitizada e socialmente objetiva e com a coordenação dos interesses como nível zero da política, a única maneira de introduzir paixão nesse campo e de mobilizar ativamente as pessoas é através do medo, um elemento constituinte fundamental da subjetividade de hoje. Por isso a biopolítica

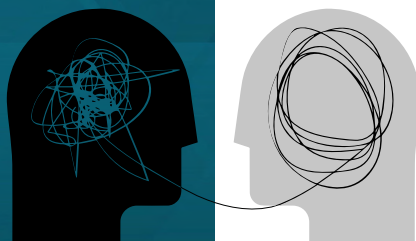
26 A biopolítica é um termo utilizado por Michel Foucault para definir a mudança das relações de poder a partir do século XIX. Se antes o Estado exercia o poder sobre o indivíduo, na biopolítica o modelo disciplinar é sobre os grupos. Porém, impacta a vida do indivíduo. A punição não é sobre os indivíduos, mas há uma imposição em padronizar comportamentos e distinguir o que é “normal” e o que é “patológico”. Informações do artigo: < <http://www.ufrgs.br/e-psico/subjetivacao/espaco/biopolitica.html> > .



é em última instância uma política do medo que se centra na defesa contra o assédio ou a vitimização potencial. É isso o que separa uma política radical de emancipação do nosso *status quo* político. Estamos tratando aqui não da diferença entre duas visões – ou conjuntos de axiomas –, mas da diferença entre a política baseada num conjunto de axiomas universais e a política que renuncia à própria dimensão constitutiva do político, uma vez que releva do medo enquanto seu supremo princípio mobilizador: medo de imigrantes, medo da criminalidade, medo de uma depravação sexual ímpia, medo do próprio excesso de Estado e da sua carga tributária elevada, medo da catástrofe ecológica, medo do assédio. A correção política é a forma liberal exemplar da política do medo. Uma (pós-)política dessa natureza assenta-se sempre na manipulação de um *ochlos* ou de uma multidão paranoica: é a união assustadora de pessoas aterrorizadas (ZIZEK, 2014, p. 45).

Outro autor que também versa seus estudos nessa *política do medo*, é o sociólogo Zygmunt Bauman. Este, por sua vez, trata como *cultura do medo*. Segundo Bauman no livro *Confiança e medo na cidade* (2005), os espaços urbanos marcados pelas construções de muros como forma de se “proteger” do “outro” (os pobres, os marginalizados, ou ainda, o estrangeiro – ponto central dos estudos de Bauman ao tratar da xenofobia na Europa –) fracassam com a fabricação constante do medo e da percepção de que o “outro” é um inimigo (pois é visto de “longe”): “[...] na paisagem urbana, os espaços vedados transformam-se nas pedras miliárias que assinalam a desintegração da vida comunitária” (BAUMAN, 2005, p. 17). Para o autor, o isolamento de uma classe média/alta no espaço urbano acentuaria o preconceito social e racial, e as cidades perderiam a característica cosmopolita de grandes centros, onde as trocas culturais acontecem.

Exemplificando estes processos de separações que acontecem nos espaços sociais para a realidade atual de grandes centros urbanos da América Latina é possível destacar o livro de Teresa Caldeira, *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em*

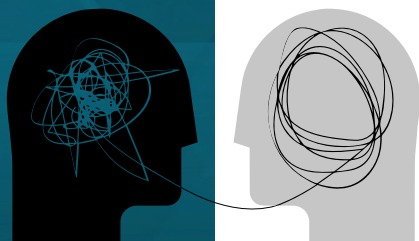


São Paulo. A autora faz um estudo sobre os enclaves fortificados (as proliferações de muros, equipamentos de segurança residenciais, condomínios fechados, espaços privados fechados e monitorados, destinados ao consumo, trabalho ou lazer), e observa uma sociedade cuja “principal justificação é o medo do crime violento. “Esses novos espaços atraem aqueles que estão abandonando a esfera pública tradicional das ruas para os pobres, os ‘marginalizados’ e os sem-teto” (CALDEIRA, 2000, p. 211).

Para Caldeira (2000) este medo é fomentado pela difusão de notícias sobre a marginalidade que se transformam num instrumento simbólico que define os grupos do “bem” e os grupos do “mal” e legitima outros tipos de violências. Em suas palavras:

O medo e a fala do crime não apenas produzem certos tipos de interpretações e explicações, habitualmente simplistas e estereotipadas, como também organizam a paisagem urbana e o espaço público, moldando o cenário para as interações sociais que adquirem novo sentido numa cidade que progressivamente vai se cercando de muros. A fala e o medo organizam as estratégias cotidianas de proteção e reação que tolhem os movimentos das pessoas e restringem seu universo de interações. Além disso, a fala do crime também ajuda a violência a proliferar ao legitimar reações privadas ou ilegais—como contratar guardas particulares ou apoiar esquadrões da morte ou justiceiros, num contexto em que as instituições da ordem parecem falhar. (CALDEIRA, 2000, p. 27).

Deste modo o preconceito étnico-racial e de classe é impulsionado sob a justificativa de segurança. Os enclaves fortificados (shoppings, condomínios fechados) são espaços privados de uso coletivo, desta maneira os espaços públicos da cidade são cada vez mais abandonados pelas esferas políticas e destinados às pessoas da periferia (CALDEIRA, 2000). Um exemplo destas legitimações de discriminação social que gerou grande repercussão em 2014 foram os chamados *rolezinhos*. Adolescentes das periferias urbanas se reuniam

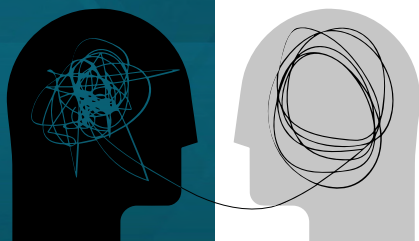


em grupos para passear em shopping centers da cidade, o que causou estranhamento de lojistas e frequentadores dos shoppings. Os *rolezinhos* passaram a representar expressões reais não só das segregações espaciais, mas sociais e culturais: “Os rolés e rolezinhos passam então a se constituir como marcações de corporeidades estéticas que, embora de duração efêmera, tornam-se emblemáticas porque definem presenças que enfrentam invisibilidades e interdições impostas” (BARBOSA; COSTA, 2015, p. 4).

Estas novas formas de segregação socioespacial conferem *status* às classes mais altas, e legitimam as diferenças sociais, “[...] eles [enclaves fortificados] oferecem uma nova maneira de estabelecer fronteiras entre grupos sociais, criando novas hierarquias entre eles e, portanto, organizando explicitamente as diferenças como desigualdade” (CALDEIRA, 2000, p. 259).

É neste conjunto de violências objetivas (como a própria segregação socioespacial) que também se constrói os estigmas sociais sobre o corpo do marginalizado. Para Bourdieu o corpo é produto social:

As diferenças de pura conformação são sobrepostas pelas diferenças de *hexis*, de “cuidado”: na maneira de portar o corpo, de se portar e de se comportar, por meio da qual se exprime toda a relação com o mundo social (na medida em que a relação com o próprio corpo é, como veremos, uma maneira particular de experimentar a posição no espaço social, pela experiência da distância entre o corpo real e o corpo legítimo). Tais diferenças de conformação são sobrepostas também, claro, pelo conjunto dos tratamentos intencionalmente aplicados a todo aspecto modificável do corpo e, em particular, pelo conjunto das marcas cosméticas (cabeleira, barba, bigode, costeletas, etc.) ou de vestimentas que, a depender dos recursos econômicos e culturais que podem ser investidos, são também marcas sociais, cujo sentido e valor residem na posição que ocupam no sistema de sinais distintivos que elas



constituem – sistema que é, ele próprio, homólogo a um sistema de posições sociais. (BOURDIEU, 2014, p. 1, grifo do autor).

Sendo a televisão mais do que sons e textos, mas imagens, a pregnância destas imagens no noticiário televisivo estigmatiza os corpos. Portanto, corpo é linguagem, assim quando imagens de jovens (mesmo que sem rostos, sua forma de vestir, de andar, de falar – uso ou não de gírias –, sua cor ou raça) são veiculadas na televisão dentro do mundo do crime, por exemplo, também estão implicadas neste contexto discursivo a venda de uma identidade social.

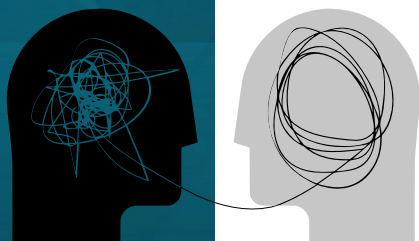
ANÁLISE DAS NARRATIVAS DOS TELEJORNAIS

Ao destacar os conceitos de *corpo de classe* e *violência objetiva* é possível compreender que a construção do imaginário coletivo advém das formações discursivas. Com base nas teorias dos tópicos anteriores trago a seguir uma reflexão da seguinte narrativa: uma reportagem do telejornal *Bom dia Brasil* da TV Globo sobre arrastões na cidade do Rio de Janeiro. A narrativa é parâmetro para compreender como as narrativas dos telejornais partem de uma ideologia²⁷ materializada na linguagem e que atravessa o tempo-espaço criando estigmas sobre a *percepção social do corpo* de que trata Bourdieu (2005). Trecho da Reportagem²⁸:

Apresentadora: Olha eu gostaria muito de começar o *Bom dia Brasil* falando da alegria do carnaval, mas infelizmente a violência no Rio de Janeiro nos obriga a abrir essa edição falando da falta de segurança. Nas últimas horas nossas equipes flagraram

27 Michel Pêcheux se baseia nos estudos de Althusser em *Aparelhos Ideológicos do Estado* (AIE) (1970), para conceber o conceito de ideologia como prática política pelos discursos, ou seja, os sujeitos são determinados pela posição ideológica.

28 Matéria veiculada na véspera de Carnaval no telejornal *Bom dia Brasil* do dia 12 de fevereiro de 2018, transposta para o portal de notícias G1 da *globo.com*.



vários casos de arrastões na Zona Sul da cidade e na região metropolitana [...].

Entrevistada: Vieram... tipo, cinquenta meninos e arrancaram minhas pulseiras [...].

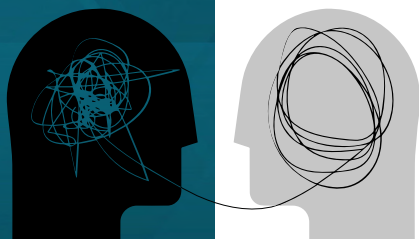
Repórter: O desespero desta turista de Brasília reflete apenas mais um caso de violência no Carnaval no Rio. Eram cinco da manhã quando ela e um grupo de amigos foram cercados por marginais na Avenida Vieira Souto, um dos endereços mais nobres da Zona Sul do Rio [...].

Apresentadora: Olha a gente questionou a polícia militar sobre estes arrastões de ontem à noite e desta madrugada na Avenida Vieira Souto, ali na praia Ipanema, mas ainda não tivemos nenhuma resposta. Sobre o arrastão de sábado a polícia disse que prendeu um dos criminosos e que aprendeu dois menores, em relação ao arrastão em Niterói a informação é ainda pior, a polícia disse que nem tinha conhecimento de ocorrências ali na região. (BOM DIA BRASIL, 0'32" - 04'25", 2018, grifo meu)

Figura 1: Frame da matéria intitulada: Turistas são vítimas de arrastão em frente a um dos hotéis mais luxuosos do Rio

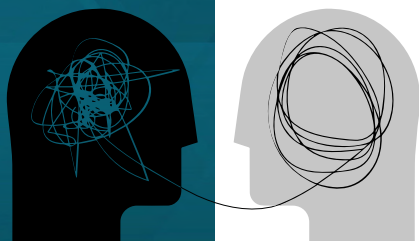


Fonte: G1 PORTAL DE NOTÍCIAS (2018)



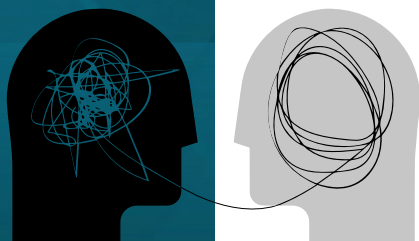
No enunciado “Olha eu gostaria muito de começar o *Bom dia Brasil* falando da alegria do carnaval” se percebe o ponto de partida da apresentadora em destacar que no carnaval as notícias “deveriam” ser alegres, seu discurso retoma um discurso anterior em que a criminalidade “deveria” dar uma trégua na temporada do feriado de Carnaval, visto que os assaltos espantam os turistas e assim prejudicam a percepção da cidade do Rio de Janeiro e, conseqüentemente, o mercado turístico. Se a onda de assaltos deveria ser apaziguada no Carnaval, se infere que fora do carnaval os assaltos seriam mais “aceitáveis”, visto que o problema “maior” da violência urbana em si é a perturbação/desestruturação do mercado como apontada pela manchete da notícia “[...] arrastão em frente a um dos hotéis mais luxuosos do Rio”. A apresentadora prossegue, “Nas últimas horas nossas equipes flagraram vários casos de arrastões na Zona Sul da cidade e na região metropolitana”, esta violência visível (os arrastões), conforme Zizek (2014) esconde outro conjunto de violências exercidas sobre as pessoas marginalizadas, sendo o crime do arrastão de ordem econômica, revela-se que o aumento da criminalidade eclode a partir de necessidades materiais, seja ela de subsistência ou da própria ideologia de consumo de que o capitalismo se alicerça.

Na reportagem o texto (*off*) da repórter era intercalado com imagens de jovens negros e pardos correndo em grupo para cima das turistas. Assustadas, as turistas choravam e pediam a presença dos repórteres como proteção. Dentre as falas da repórter destaco o seguinte enunciado: “um grupo de amigos foram cercados por marginais na Avenida Vieira Souto, um dos endereços mais nobres da Zona Sul do Rio [...]”, verifica-se que há um discurso anterior em que se definiu os “proprietários” ou as fronteiras de uma região (a parte nobre da cidade *versus* a periferia), se admite que a região pertence a uma elite e que a onda de violência conseguiu quebrar a fronteira da periferia para a região nobre. Este discurso é entendido quando a repórter diz em tom de espanto que o assalto ocorreu num “dos



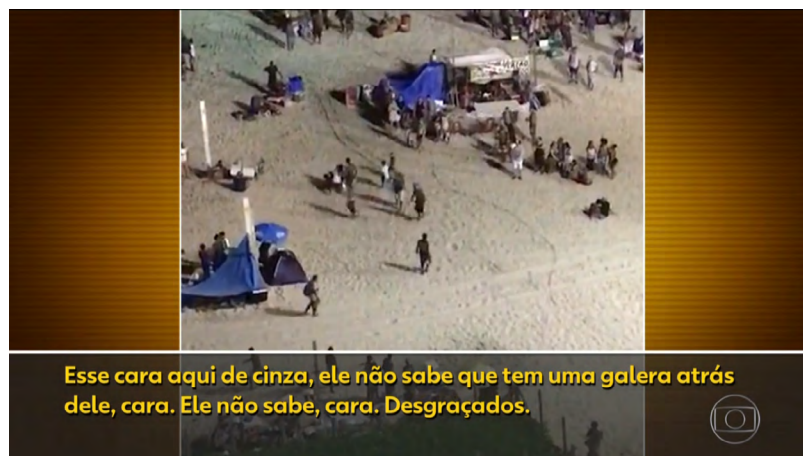
endereços mais nobres da Zona Sul”, o que reflete o conflito entre as classes, mas que também tem cor, duas turistas brancas sendo assaltadas por um grupo de pessoas pardas e negras. De um lado os termos “um grupo de amigos” de outro o termo “marginais”. As imagens da situação desesperadora das turistas e do grupo que as assaltou, somadas ao texto da repórter em “um grupo de amigos foram cercados por marginais”, assumem-se como uma identificação dos jovens/adolescentes infratores em que não importa as causas anteriores que culminaram no comportamento violento, a palavra marginal tem um efeito de sentido em que se entende que ser “marginal” é uma escolha ou um comportamento inerente a indivíduos destes grupos (da periferia). O não-dito, gera o efeito de sentido em despolitizar (ZIZEK, 2014) o contexto social dos infratores, “são marginais” e ponto, não haveria nada para mudar esta realidade. Assim, marca-se o olhar para o Outro e define-se as características do “inimigo” acentuando os estigmas sobre a classe popular.

A partir das imagens dos jovens roubando é possível identificar as vestimentas (vários meninos de chinelo, camisetas largas ou descamisados), a cor ou raça (negros, pardos) o que gera o efeito de sentido sobre uma classe social, pois a representação do corpo destas pessoas é tratada como *produto social*, um grupo de meninos pobres (dadas as distinções corpóreas e culturais) em conflito com outro grupo (dominante, dadas também as distinções corpóreas e culturais, modo de falar, de vestir, como o uso de joias etc.). A matéria teve quatro minutos e quarenta e cinco segundos, um tempo relativamente longo dentro dos padrões de matérias de telejornal, que apresentou outras séries de arrastões como na praia de Copacabana e em outro condomínio na Zona Sul do Rio, além da fala do governador Pezão sobre o reforço no policiamento. A narrativa dessa notícia também propõe o reforço no policiamento como solução, e coloca a causa



da violência num grupo de marginalizados. Como em destaque outro recorte da mesma reportagem:

Figura 2: Frame da matéria intitulada: Turistas são vítimas de arrastão em frente a um dos hotéis mais luxuosos



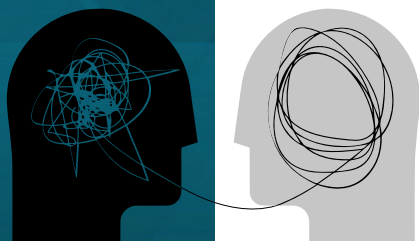
Fonte: G1 PORTAL DE NOTÍCIAS (2018)

Na figura 2 vários jovens negros correm para cima dos turistas e tomam bolsas e pertences pessoais. O vídeo foi realizado por moradores do prédio em frente à praia que ocorreram os arrastões. Nesta parte da matéria a narração era intercalada pela narração do morador e autor do vídeo, o que isenta a repórter de categorizar, adjetivar ou emitir opinião. Pressupõe-se assim que há uma imparcialidade no texto narrativo, porém o morador/telespectador executa o papel opinativo da matéria; e o sentido do discurso (fomento ao ódio) é bastante claro, como em “desgraçados”. Conforme aponta Bourdieu (1997), a seleção de umas imagens e não de outras, a seleção de uns discursos e não de outros, ditam o tom da reprodução do discurso e guiam o olhar do telespectador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primeiramente, este artigo se propôs a refletir sobre a segregação urbana e a sua relação com o afeto do medo gestado na sociedade, assim como o quanto este medo é originado a partir das formações discursivas do noticiário televisivo. Também, levantou-se discussões sobre o conceito de violência por Zizek (2014), a fim de desvelar outros conjuntos de violências objetivas que são base para a própria violência urbana. Por fim, discutiu-se sobre a exposição de jovens/adolescentes em telejornais no contexto de criminalidade e os efeitos de sentido destas formações discursivas no imaginário social. A distinção a partir dos discursos em que se discrimina “os marginais”, isto é, pessoas do mal, e os “grupos de amigos”, pessoas do bem, estereotipa e fomenta o preconceito de raça e de classe.

A partir da análise notou-se que (mesmo que não seja a intenção do telejornal) quando jovens/adolescentes são expostos na televisão, para além da promoção do sentimento de medo, também está à venda de uma identidade social, a partir da distinção que se faz do corpo (gestos, modo de vestir, cor ou raça) se discrimina o corpo pertencente a classes dominantes e o corpo pertencente a classe dos dominados. Estas percepções sobre a identidade social do Outro também contribuem para a formação do mundo social, pois representam um padrão normativo sobre o corpo (perfil de mercado, por exemplo) que se revela como argumento de exclusão/inserção no sistema capitalista.



REFERÊNCIAS

BARBOSA, Jorge Luiz; COSTA, Elaine. Rolezinho: territórios e territorialidades em ciberculturas. *Revista Z Cultural*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 11, 2016.

Disponível em: <<http://revistazcultural.pacc.ufrj.br/rolezinho-territorios-e-territorialidades-em-ciberculturas/>>. Acesso em: 10 mai. 2019.

BATISTA, Vera Malaguti. *O medo na cidade do Rio de Janeiro: dois tempos de uma história*. Rio de Janeiro: Revan, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. *Confiança e medo na cidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Notas provisórias sobre a percepção social do corpo. *Pro-Posições*, Campinas, v. 25, n.1, p. 247-256, Abr. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73072014000100014&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 20 mai. 2019.

_____. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

_____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

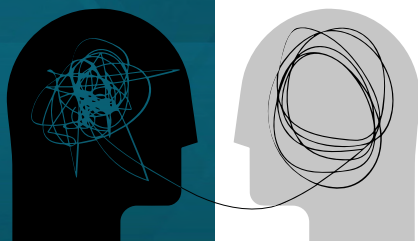
CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *Cidade de Muros*. Crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo: editora 34, 2000.

FERNANDES, Florestan. *A Integração do Negro na Sociedade de Classes*. 3ª ed. São Paulo: Ática, 1978.

G1 Portal de Notícias. Turistas são vítimas de arrastão em frente a um dos hotéis mais luxuosos do Rio. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2018/noticia/turistas-sao-vitimas-de-arrastao-em-frente-a-um-dos-hoteis-mais-luxuosos-do-rio.ghtml>>. Acesso em: 25 mai. 2019.

SOUZA, Jessé. *A Ralé Brasileira: quem é e como vive*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

ZIZEK, Slavoj. *Violência: seis reflexões laterais*. Tradução Miguel Serras Pereira. -1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2014.



7

Camila Freitas

O DESEJO DE SI
E O AMOR
NEOLIBERAL
EM *CALL ME
BY YOUR NAME*

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.112-128

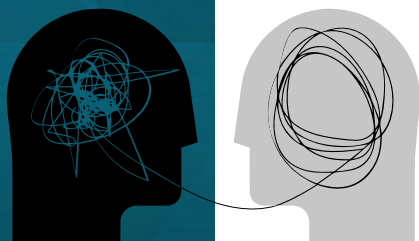
INTRODUÇÃO

Em 2017, a estreia de *Call Me By Your Name* (Me Chame Pelo Seu Nome), no *Sundance Film Festival*, deixou antever o entusiasmo que a adaptação cinematográfica do romance de André Aciman²⁹ provocaria em seus espectadores, enaltecendo a aceitação da narrativa com temática *queer* no âmbito *mainstream*. Reconhecendo a paixão despertada no meio cinematográfico e acadêmico, buscamos realizar uma reflexão crítica sobre a obra, observando não a representatividade dos personagens, mas a lógica que sustenta a relação afetiva deles. Para este propósito, utilizaremos como aporte teórico os estudos de Badiou (2012), Han (2017), Merleau-Ponty (1964; 1999), Nancy (1997, 2015) e Ventura (2012). Intercalada à reflexão teórica, a análise interpretativa buscou amparo numa abordagem aproximada a da hermenêutica de Gadamer (2013), dedicada à experiência estética do objeto, a fim de lidar com a questão da experiência humana sobre o mundo.

Argumentamos nesse artigo que o longa-metragem mimetiza a superficialidade das relações afetivas, as quais acometidas pelo empreendimento de si (FOUCAULT, 2008), pela dedicação à alta performance e pelo amor narcísico, acabam distanciando as pessoas umas das outras, independente dessas relações serem homo ou heteroafetivas.

Portanto, daremos atenção à fugacidade das relações interpessoais, considerando a dialética do “eu” e do “outro”, a fim

²⁹ O livro de Aciman, professor de Teoria Literária e escritor egípcio-americano, foi publicado em 2007, levando o mesmo nome que intitula a adaptação para o cinema. Na obra literária, a narrativa é conduzida pelo protagonista Elio já adulto, que rememora experiências de verão na Itália, na década de 1980, onde conhece Oliver.



de discutir sobre a alteridade³⁰, a liberdade individual, a capitalização de si e a realização dos próprios desejos. Presentes tanto no longametragem quanto em nosso dia a dia, esses aspectos não só remetem ao processo de autonomia pessoal tão sustentado pelo modelo ideológico neoliberal – no qual o poder, a performance, a individualidade, o desempenho e o cuidado de si são superestimados –, como contribuem para o desaparecimento da outridade³¹ e para a suspensão do *amor-com-e-pelo-outro*.

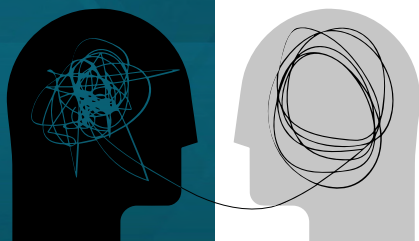
“LATER!”: O AMOR FICA PARA DEPOIS

O filme dirigido por Luca Guadagnino³² e roteirizado por James Ivory transporta o espectador para a Itália no ano de 1983, na casa onde a família Perlman costuma aproveitar o verão entre amigos e vizinhos, despendendo o tempo entre conversas intelectuais, boa gastronomia, livros, músicas e artes. E é em meio a esse contexto de privilégios econômicos e sociais que *Call Me By Your Name* narra o despertar sexual de Elio Perlman (Timothée Chalamet) por Oliver (Armie Hammer).

30 Com base na perspectiva fenomenológica, “alteridade é compreendida aqui como o fenômeno que envolve o ‘eu’ e o ‘outro’ numa relação de interdependência no mundo” (FREITAS, 2017, p. 25), sendo ainda premissa da diversidade. Então, cada singularidade (enquanto fenômeno) se deixa afetar pelos variados tipos de existências que se manifestam diante dela. Ao falarmos de recusa à alteridade, estamos pensando em uma ação que evita perceber a diferença manifestada nessa relação interpessoal, instigando o afastamento entre “eu” e “outro(s)”.

31 Entendemos outridade como o modo de existência singular do “outro”, levando em consideração tudo aquilo que o torna único, como, por exemplo, sua forma de ser, agir e sentir próprios (FREITAS, 2017).

32 *Call Me By Your Name* concebido pela crítica com o terceiro ato da trilogia Desire – antecedido, respectivamente, por *I Am Love* (2009) e *A Bigger Splash* (2015). Esses três filmes exploram o que o desejo é capaz de fazer com cada um dos personagens, seja individual ou coletivamente.



Elio é um adolescente de dezessete anos que toca piano e lê poesias enquanto espera o verão acabar. Com a chegada de Oliver – um pós-graduando americano de vinte e quatro anos, que se hospeda na casa a convite do pai de Elio –, se inicia uma tensão entre os dois protagonistas. Elio e Oliver nutrem uma luta agônica e autocontemplativa, atravessada por valores e práticas de liberdade.

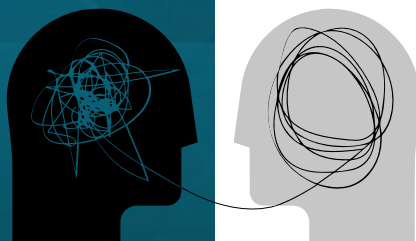
LIBERDADE E O EXCESSO DE SI

A efemeridade das relações interpessoais é um sintoma de que “vivemos numa sociedade cada vez mais narcisista” (HAN, 2017, p.2, tradução nossa³³), na qual uma das maiores dificuldades está em ultrapassar o universo do “eu” – ou da individualidade própria de cada um – para se deixar afetar pelas existências de outras pessoas, que se manifestam em suas semelhanças e diferenças. No entanto, sabemos que as pessoas coexistem e não estão isoladas literalmente umas das outras, mas, na dinâmica da fugacidade, não sobra tempo para se perceber o “outro” em sua forma genuína e com ele entrelaçar experiências perenes, pois a centralidade da atenção, da disposição e do desempenho está direcionada para consigo. Experienciamos, assim, uma sociedade que se traduz em uma obsessão coletiva por si mesma.

Não é por acaso que essa busca constante para dar sentido à própria identidade proporciona autonomia e poder, uma vez que o estímulo ao cuidado de si e à capacidade de cumprir os próprios objetivos se sustentam pelo “imperativo paradoxal: seja livre” (HAN, 2017, p. 10, tradução nossa³⁴), reiterando que essa liberdade só será, de fato, alcançada por aqueles que conseguirem se autogovernar,

33 No original: “We live in an increasingly narcissistic society”.

34 No original: “[...] paradoxical imperative, Be free”.

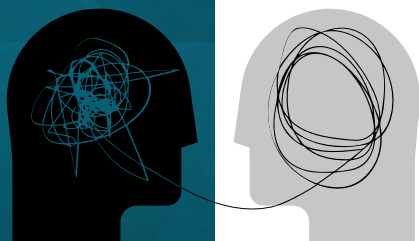


sem que sejam coagidos por outros sujeitos ou assujeitados pelos estímulos e dispositivos de controle presentes na sociedade. Nessa concepção, assegura Castro (2016, p. 149), “a liberdade é vista como ausência de interferência externa, ou como uma defesa contra os obstáculos que se colocam entre o indivíduo e sua vontade, ou entre a vontade e sua realização, dependendo de arranjos contratuais que a resguardem”. Obviamente, não se está livre de influências enquanto se vive em sociedade e, portanto, como afirma Ruiz (2006, p. 140) “o grau de autonomia é proporcional à capacidade do sujeito em acolher, rejeitar ou criar os modos de vida (pro)postos no seu grupo social”, para entender como se adquire poder em relação a si mesmo.

A capacidade de comandar a si mesmo estabelece um modelo de subjetivação autônoma, que vai conformar as verdades particulares de cada um. Porém, não podemos ignorar que, por trás desse processo de autonomia e liberdade, também temos uma estrutura de constrangimentos constituída:

Hoje acreditamos que não somos um sujeito subjugado, mas um *projeto* livre que está constantemente se repensando e se reinventando. Esta passagem do sujeito para o projeto é acompanhada pela sensação de liberdade. Logo, o próprio projeto é em si um tipo de coerção, assim como uma *forma eficiente de subjetivação e submissão*. O “eu” como um projeto, que acredita ter se libertado de restrições e pressões externas, se submete às próprias coerções internas sob a forma de performance e otimização. (HAN, 2015, pp. 11-12, tradução nossa³⁵).

35 No original: “Hoy creemos que no somos un sujeto sometido, sino un proyecto libre que constantemente se replantea y se reinventa. Este tránsito del sujeto al proyecto va acompañado de la sensación de libertad. Pues bien, el propio proyecto se muestra como una figura de coacción, incluso como una forma eficiente de subjetivación y de sometimiento. El yo como proyecto, que cree haberse liberado de las coacciones externas y de las coerciones ajenas, se somete a coacciones internas y a coerciones propias en forma de una coacción al rendimiento y la optimización”.

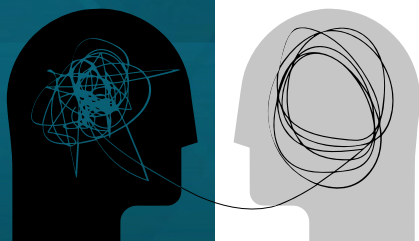


Exposto o paradoxo da liberdade, pela lógica da autoexploração, a cultura neoliberal³⁶ (VENTURA, 2012) oferece a promessa de o sujeito ser especial e capaz de se constituir como um projeto único, verdadeiro e de desenvolver a própria individualidade. Mas, por consequência disso, aqueles que desejam ser livres passam a ser dominados por si mesmos (LUDWIG, 2016; HAN, 2015; LAZZARATO, 2014). O desempenho, então, se associa ao estímulo contido na expressão “você pode”, que impulsiona o sujeito a investir, por exemplo, em sua formação pessoal e educacional, em sua saúde, estética e prazeres – melhorando seu capital humano e tornando-se, na proposição de Foucault (2008, p.226), “empreendedor de si mesmo”.

Seguindo o raciocínio de Foucault (2008) e Ventura (2012), notamos que o filme se inicia com um exemplo dessas práticas de liberdade, com foco no investimento pessoal: a chegada de Oliver – o estudante americano vai passar semanas na Itália para aprimorar seus estudos sob a orientação do professor Perlman. A mobilidade, nesse contexto, representa uma forma de capital humano, ou seja, a ação de visualizar um cenário de oportunidade, ter a potencialidade de ir ao encontro dela e adquirir melhorias pessoais – no caso, educacional e intelectual. A prática do ir e vir conforma tanto a personalidade egoísta de Oliver, que, ao exclamar para quase tudo “*Later!*” (“depois, mais tarde!”), ele esbanja desinteresse pelos eventos da casa, convites e pessoas ao seu redor, fazendo apenas o que lhe convém.

Quanto a Elio, a família é um estímulo para seu aprimoramento individual e, conseqüentemente, para o desenvolvimento da liberdade. O jovem fala inglês, italiano e francês – idiomas que, “naturalmente”, lhe foram introduzidos pelos pais políglotas. O apreço por literatura, música e artes fazem parte de seu repertório, utilizado no decorrer da

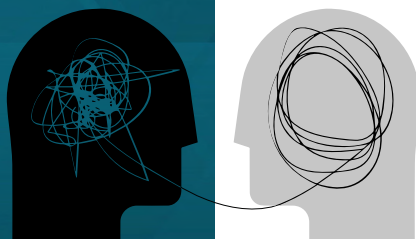
36 Ventura (2012) explica o neoliberalismo como junção de ideologia, cultura, racionalidade e perspectiva econômica. Segundo a autora, a lógica neoliberal conforma uma estrutura de sentimento que molda a vida cotidiana, tendo implicações na ampliação de mercado, nos valores sociais, nas tecnologias, crenças e comportamentos.



trama para reiterar suas particularidades, expressar seus valores e, ainda, mostrar domínio sobre suas ações e escolhas. Há uma cena de Elio que expõe a situação de controle, enquanto ele flerta e zomba de Oliver. Na ocasião, Oliver insiste para que o adolescente toque Bach no piano semelhante à versão que ele havia tocado no violão. Não atendendo de imediato ao pedido, Elio faz provocações alterando a tonalidade e o ritmo da música, dramatizando sua recusa à vontade de Oliver ao exibir seu capital intelectual. Além de ter um valor simbólico, essa prática tensiona a autonomia e o assujeitamento presente na relação dos protagonistas – nos indicando a resistência à entrega de si para o outro.

Ainda na perspectiva do cuidado e empreendimento de si, são exemplos os banhos de sol, exercícios físicos e apreço pela “alta gastronomia” (aprimoramentos da saúde e da estética), assim como as discussões sobre filologia e política (nas quais o conhecimento é uma forma de capital e poder) e a obsessão estética pelos bustos e esculturas nuas, que entendemos como uma metáfora da vontade de construir os protagonistas como se fossem obras de arte com valor aurático: belos, contemplativos, desejáveis e intocáveis. A noção de aura é entendida aqui como uma experiência fenomenológica perceptiva (BENJAMIN, 1999; HANSEN, 2008), que instaura temporal e espacialmente o paradoxo da distância e da proximidade (BENJAMIN, 1972), muitas vezes instigado pela “manifestação do olhar” (HANSEN, 2008, p. 342, tradução nossa³⁷). Podemos dizer que a agência do olhar sobre um objeto percebido faz surgir a distância inerente à aura. Essa distância barra qualquer possibilidade de o objeto (ou sujeito) admirado ser apropriado ou transformado, preservando a singularidade e autenticidade – contudo, a manutenção da experiência aurática o condiciona ao inalcançável e, conseqüentemente, torna infundável a vontade de possuí-lo. Assim,

37 No original: “manifestation of the gaze”.



entendemos como o fenômeno da aura se faz presente na relação entre os protagonistas, colocando-os tão perto e, ao mesmo tempo, tão longe – tal como a experiência contemplativa de obras de arte em museus, em que o afastamento do observador em relação à obra a protege e a torna sagrada (BRANHAM, 1995), enquanto desperta nesse mesmo observador a ansiedade por uma aproximação prazerosa, que lhe permita tocá-la, possuí-la e consumi-la.

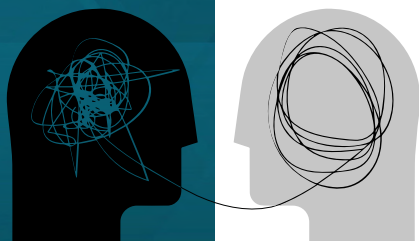
Diante do contexto de práticas de liberdade e aprimoramento individual, a premissa para se efetivar uma relação sincera entre “eu” e “outro” é a impotência. Ou seja: o “outro” só se faz perceptível em sua forma genuína numa relação de não-poder do “eu” sobre ele (HAN, 2017), em que sua diferença não se transforma em um produto de consumo ou interesse. A crítica cabe à diegese do filme e ao atual cotidiano, porque, embora haja um esforço para que se problematize e se legitime a pluralidade e as diferenças existentes, ainda não se conseguiu superar o reflexo de Narciso³⁸ – que enfatiza a contemplação própria e reduz a percepção intersubjetiva à comparação ou à mesmidade³⁹ –, sequer o sintoma de John Galt⁴⁰ – que insiste num ideal ético voltado ao progresso pessoal, no qual orgulho, liberdade individual e egoísmo se sobrepõem ao coletivo.

Entendemos que, coagida pela potencialidade do “eu” narcisista, a experiência da diferença transforma a singularidade do “outro” em um mero *commodity*. Então, como oferta e objeto de consumo, o “outro” interessa apenas enquanto for proveitoso. Contudo, ao pensarmos o

38 Na mitologia grega, Narciso se apaixona por seu reflexo na água e sucumbe à ilusória imagem de seu duplo. Trata-se de uma referência ao investimento na vaidade e ao amor para consigo (MEDEIROS, 2000).

39 Por mesmidade, entendemos o emparelhamento das identidades do “eu” e do “outro”.

40 Protagonista do livro *Atlas Shrugged* de Ayn Rand – conhecida pelo sistema filosófico *Objetivismo*, que defende como objetivo moral da vida o alcance da felicidade própria, tendo como valores principais a razão, o propósito e a autoestima, legitimando a agência egoísta em prol do bem-estar individual. Na obra, Galt lidera a revolução individualista amparada na ética capitalista liberal e numa contraditória valorização meritocrática.



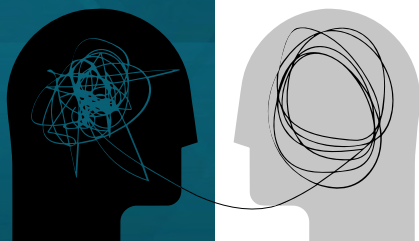
“eu” como sujeito egótico, notamos que ele, obcecado por si mesmo, legitima seu *status* pela museificação de sua identidade, que o torna intocável, mas, ao mesmo tempo, faz dele um objeto – uma espécie de sujeito comodificado. Dessa forma, objetificação, egoísmo e narcisismo contribuem para a existência de relações efêmeras e utilitárias. E, para isso, usa-se o corpo como principal instrumento de exploração.

AFETO: CORPO, TOQUE E DESEJO

O corpo se constitui como um espaço de percepção, expressão, potência, experiência, sensação e significação (MERLEAU-PONTY, 1999; DERRIDA, 2000). Ele nos ata a um mundo particular e íntimo, assim como nos coloca em situação no meio em que vivemos. E, pela dialética do “eu” e do “outro”, somos, ainda, corpos de negociação, de espaço, de afeto, de desejo e de prazer.

Em *CMBYN* os corpos estão à flor da pele e possuem diegese própria, desdobrando a narrativa em um caminho que começa com a curiosidade, obsessão e resistência, depois passa pelo poder, vontade, insaciabilidade e vergonha, até alcançar o ressentimento, a decepção e a reminiscência. E todo esse percurso é permeado pelo paradoxo do toque.

Tocar algo, alguém ou a si próprio ultrapassa o entendimento do mero contato, pois pressupõe a evocação da intimidade (NANCY, 2015) e, apesar do toque não cessar por completo a distância entre quem toca e o que é tocado, ele estabelece uma abordagem aproximativa e revela a disponibilidade que temos ou não para nos deixar afetar. Da união de fenômenos que nos põe em relação conosco, com os outros e com o mundo (HENRY, 2015), o toque busca por sentido e o encontra na sensibilidade que instaura essa relação de afetação.

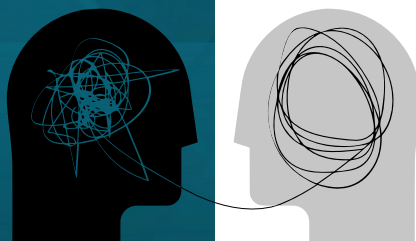


À medida que o toque alcança o próprio corpo ou o do outro, ele tensiona a receptividade, revela vontades, expressa cuidado e desperta prazeres, mas, também, ativa tabus e medos, causando repulsa. Isso, porque, o que tocamos possui um limite e antecipa uma responsabilidade ética (LÉVINAS, 1971, 1982; NANCY, 1997; DERRIDA, 2000). No entanto, podemos nos deleitar com a experiência de ultrapassar tais limites ou, ainda, querer reforçá-los de modo excessivo (WOOD, 2015). Para isso, cabe entendermos que “alguns desses limites são [...] reais e outros meramente construídos, talvez fabricados, para melhor nos manipular” (WOOD, 2015, p. 181, tradução nossa⁴¹). Daí a urgência de repensar limites e seus significados, a fim de mantê-los, desconstruí-los ou negociá-los.

Entre Elio e Oliver há tensões hápticas que os tornam, ao mesmo tempo, próximos e distantes. Essa ambivalência do toque ocorre na cena em que os protagonistas se beijam. Elio anseia pelo corpo de Oliver, que se recusa à entrega. Para Oliver o beijo é o limite e ultrapassá-lo não apenas lhe causa vergonha como evidencia um tabu: o sexo entre dois homens. Como forma de protesto à negação, Elio rompe a intimidade do corpo de Oliver ao tocar no pênis sobre a bermuda – ato que os afasta. Portanto, o que está em negociação a partir do toque é o desejo pelo corpo do outro homem.

Enquanto sujeitos desejantes, nossas fantasias, segundo Nancy (2015), são instigadas não só por formas humanas voluptuosas, mas por coisas banais – tais como um damasco maduro, uma roupa molhada ou ovos quentes no café da manhã, para citar exemplos do filme. E, ao incorporar tais coisas, o desejo e a excitação se encarregam de dar um novo sentido a elas, ao corpo e à experiência. No filme, Elio se masturba com um damasco: a fruta mimetiza o corpo de Oliver, evidenciando a vontade de Elio por esse corpo. O damasco está presente em vários

41 No original: “some of these boundaries are [...] real, and others merely constructed, perhaps manufactured, the better to manipulate us”.



momentos da narrativa, dando sentido não só ao desejo sexual dos protagonistas, mas à obsessão e ao constrangimento. Essa experiência indica que “a carne é igualmente um local de excitação e incitamento” (WOOD, 2015, p. 179, tradução nossa⁴²).

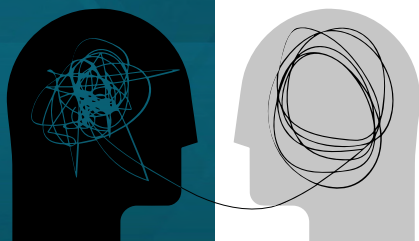
O corpo dispõe ainda da possibilidade de o toque ser atravessado pela experiência visual, em que os olhos, de certa forma, tocam o objeto que veem (MERLEAU-PONTY, 1964) e esse movimento resulta numa experiência estética que estimula tanto a contemplação quanto o exibicionismo. Os olhos dos protagonistas do filme percorrem o corpo um do outro (e a si mesmo), como se admirassem obras-primas. Nesse contexto, a apreciação estética instiga a manutenção da beleza e da sensualidade dos corpos idolatráveis, desafiando o olhar a desejá-los. Conseqüentemente, toda vez que a exposição do corpo o equiparar a uma mercadoria, a sensualidade vai se traduzir em capital de negociação e de investimento (HAN, 2017), pois na dinâmica do consumo, o corpo passa a ser um objeto de excitação (HAN, 2017) com finalidade sexual e, nessa lógica, a outriedade acaba sendo subjugada.

As experiências sensoriais presentes no filme expõem um tipo de vínculo existente na atualidade, a partir do qual a erotização do toque e do olhar estimulam a sensação de completude pelo prazer individual, simulando engajamento emocional. Nessa relação, amor e cuidado se confundem com hedonismo e posse.

AMOR E O Esvaziamento do Outro

Se na perspectiva de Han (2017) o contexto em que vivemos contribui para que o amor faça parte de uma ideologia de consumo

42 No original: “The flesh is equally a site of lawless excitation and incitement”.



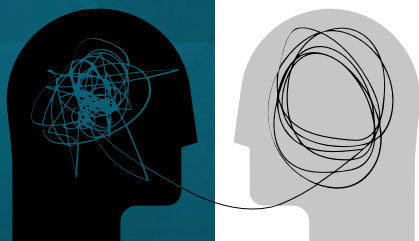
e de acumulação despreocupada, conformando uma cultura da efemeridade e do desperdício, a entrega genuína de si para o “outro” soa como uma ameaça às práticas individualistas, pelas quais se reitera “a ideia de que o amor é apenas uma variante do hedonismo desenfreado e da ampla gama de prazeres possíveis” (BADIOU, 2012, p.8, tradução nossa⁴³). Esse cenário se apresenta em benefício da liberdade mencionada anteriormente, que aprisiona o indivíduo em si mesmo, o motiva a agir pelos próprios interesses – orientando-o ao amor legitimado pela lógica neoliberal, que muito se inspira na irônica visão altruísta⁴⁴ de Rand (1961), em que valores egoístas determinam ações “generosas” – e, por colocar aquele que se deseja na categoria de objeto ou de mercadoria, fomentando o exibicionismo e a competitividade de “mercado”.

O filme nos oferece um exemplo sobre o movimento competitivo quando Oliver passa a se envolver sem pretensão com Chiara, deixando Elio com ciúmes e raiva, o que o leva a uma sucessão de encontros fugazes com Marzia, a fim de provocar Oliver e mostrar que também tem quem o queira. Nesse caso, a dinâmica competitiva está sustentada pela carência, imaturidade emocional e ansiedade, reiterando a recusa à entrega sincera entre os personagens por meio da aquisição de diverso(a)s parceiro(a)s.

Segundo Han (2017), somente quando o “eu” se deixar afetar pelo “outro”, sendo hospitaleiro, ao respeitar e acolher o modo de existência desse “outro”, é que ele sairá de seu universo narcisista e competitivo. O amor genuíno se oferece como um antídoto ao egotismo (BADIOU, 2012), pois consiste em um fenômeno que se origina no encontro intersubjetivo, desafiando a individualidade a se abrir para a diferença. Nesse processo, conforme Badiou (2012, p. 16, tradução

43 No original: “the idea that love is only a variant of rampant hedonism and the wide range of possible enjoyment”.

44 Por exemplo: uma pessoa só será beneficiada ou ajudada por outra se ela tiver algum tipo de valor para esta pessoa ou apresentar alguma virtude que lhe interesse (RAND, 1961).



nossa⁴⁵), “você aprende que pode experimentar o mundo com base na diferença e não apenas em termos de identidade”. No entanto, essa condição é oposta a dos protagonistas de *CMBYN* e isso fica explícito ao longo da cena em que eles fazem sexo.

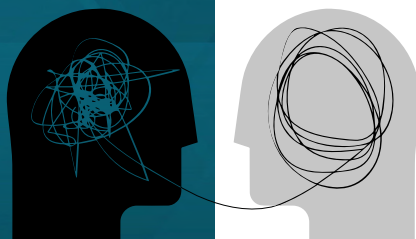
O corpo de Elio deixa transparecer nervosismo, ansiedade e vontade, enquanto o de Oliver aparenta tranquilidade e controle da situação. Eles se beijam na cama e arrancam as roupas em busca de prazer no corpo um do outro. Durante o sexo, Oliver, olhando para Elio, diz “me chame pelo seu nome e eu vou lhe chamar pelo meu”. Oliver ao chamar Elio por seu próprio nome, inicia um ciclo que se complexifica quando Elio o repete. Esse ciclo representa um movimento de desejo autorreflexivo, que acaba transformando o “outro” em “si-mesmo” – tal como se cada um estivesse fazendo sexo consigo e desejando a si próprio. Num paralelo com o mito de Narciso, eles imaginam “a alteridade do outro a partir do reflexo de si” (MEDEIROS, 2000, p. 64). Então, mesmo despidos e fisicamente próximos, eles permanecem fiéis à própria individualidade. De certa forma, isso nos leva à consideração de Badiou (2012, p.19, tradução nossa⁴⁶):

No amor, o indivíduo vai além de si mesmo, além do narcisístico. No sexo, você está realmente em um relacionamento consigo mesmo através da mediação do outro. O outro ajuda você a descobrir a realidade do prazer. No amor, pelo contrário, a mediação do outro é em si suficiente.

Portanto, o que está posto na cena é a reafirmação da própria identidade, desconsiderando a outridade do “outro”, para que não haja comprometimento algum à liberdade de cada um. Os personagens enfatizam que jamais estiveram dispostos à diferença inerente ao amor – da qual tratam Badiou (2012) e Han (2017) –, reiterando o

45 No original: “you learn that you can experience the world on the basis of difference and not only in terms of identity. And you can even be tested and suffer in the process”.

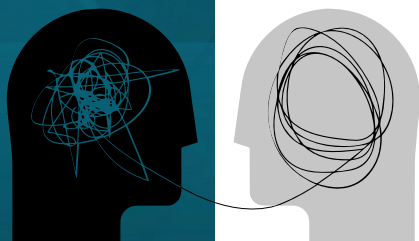
46 No original: “In love the individual goes beyond himself, beyond the narcissistic. In sex, you are really in a relationship with yourself via the mediation of the other. The other helps you to discover the reality of pleasure. In love, on the contrary the mediation of the other is enough in itself.



esgotamento de cada um em si mesmo. O movimento autorreflexivo que mencionamos deixa claro que não há uma abertura possível à vulnerabilidade, à descoberta recíproca, à desconstrução de si com o “outro”, à hospitalidade ou à passividade inerente à entrega genuína. Assim, eles permanecem livres enquanto conseguem obter o que desejam – fruição, prazer, gozo e saciedade. E, embora a narrativa se esforce muito para instigar no imaginário do espectador uma história de amor de verão italiano, o que ocorre, portanto, é a projeção de uma sedução neoliberal entre Elio e Oliver, uma vez que fica perceptível, ao longo da diegese, que eles utilizam o corpo um do outro como instrumento mediador do desejo de si mesmo. Dessa forma, afirmamos que em *Call Me By Your Name* o amor-com-e-pelo-outro se ausenta. E se, na cena em que o filme se encerra, Elio está chorando em frente à lareira, é porque o que permaneceu do verão com Oliver foram apenas as lembranças de uma complexa convivência narcisista e idolátrica.

CONCLUSÃO

Nossa reflexão não pretendeu até aqui apelar ao amor romântico ou conservador, pelo contrário, ela se oferece como uma provocação a esses dois modelos e, principalmente, à lógica da cultura neoliberal que o encerra em uma prática individual. Ao longo deste artigo percebemos que, em uma sociedade fatigada, repleta de pessoas voltadas para si mesmas, dedicadas à exibição e ao próprio desempenho físico e intelectual, a potencialidade individual prevalece frente à outridade e, conseqüentemente, o amor pelo outro não tem vez. Fica condicionado à indiferença, à objetificação, ao superficial e à entrega descuidada – ou, como nos mostra *Call Me By Your Name*, o amor a si mesmo é prioritário e se abastece de todos os instantes; enquanto o amor-com-e-pelo-outro não acontece, restando apenas a promessa do depois.



Apesar do encantamento da crítica cinematográfica pela relação entre duas pessoas do gênero masculino, em nossa compreensão, *Call Me By Your Name (CMBYN)* não é uma história sobre amor homoafetivo. O que está exposto nas provocações, flertes e sexo é o paradoxo da intimidade dos protagonistas Elio e Oliver, no qual o amor e o afeto dão lugar ao autoconhecimento e à frustração, assim como à trajetória da significação do desejo entre dois homens por si mesmos.

Então, poderíamos nos perguntar: como é possível pensar o amor além de um desejo refletido por si-mesmo? Arriscaríamos dizer que a motivação para prováveis respostas pode estar contida em ações empáticas e simpáticas. Isto é: nas transposições intersubjetivas, embora metafóricas e imaginativas, que nos permitem sentir com a outra pessoa, se colocando junto, mas não no lugar do “outro”.

Com base nessas considerações, nos parece necessário compreender o fenômeno da alteridade, a outridade e as emoções afetivas como aspectos essenciais ao amor genuíno e hospitaleiro entre “eu” e “outro(s)” – entendido aqui como forma de experienciar o mundo a partir das diferenças –, se assim quisermos ultrapassar o efêmero, a perspectiva do egoísmo, da objetificação dos corpos e da mesmidade.

REFERÊNCIAS

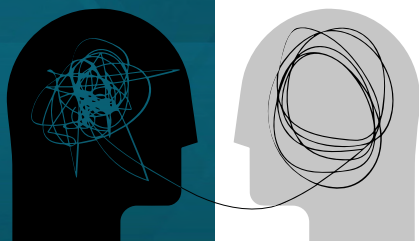
ACIMAN, André. *Call Me By Your Name*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2016.

BADIOU, Alain. *In Praise of Love*. London: Serpent’s Tail, 2012.

BENJAMIN, Walter. A Short History of Photography. *Screen*, V. 13, N. 1, 1972.

BENJAMIN, Walter. *The Arcades Project*. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

BRANHAM, Joan R. Sacrality and Aura in the Museum: Mute Objects and Articulate Space. *The Journal of the Walters Art Gallery*, V. 53, 1995.



CALL ME BY YOUR NAME. Direção: Luca Guadagnino. Produção: La Cinéfactures, Frenesy, RT Features, Itália/França, 2017. 1 bobina cinematográfica (132min), son., color., 35mm.

CASTRO, Cesar Lemes de. Neoliberalismo, Autoimunidade e Redes Sociais. *Interin*, V. 21, N.1, 2016.

DERRIDA, Jacques. *Le Toucher, Jean-Luc Nancy*. Paris: Galilée, 2000.

FOUCAULT, Michel. *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978-1979*. Londres: Palgrave Macmillan, 2008.

FREITAS, Camila. *Alteridade e Jornalismo: a outridade na editoria Mundo da Folha de S. Paulo*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: UFRGS, 2017.

GADAMER, Hans-Georg. *Truth and Method*. Londres: Bloomsbury Publishing, 2013.

HAN, Byung-Chul. *Psicopolítica: Neoliberalismo y Nuevas Técnicas de Poder*. Barcelona: Herder, 2015.

_____. *The Agony of Eros*. Cambridge: MIT Press, 2017.

HANSEN, Miriam Bratu. Benjamin's Aura. *Critical Inquiry*, V. 34, N. 2, 2008.

HARVEY, David. *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

HENRY, Michel. Incarnation and the Problem of Touch. In: KEARNEY, Richard; TREATOR, Brian (Org.). *Carnal Hermeneutics*. New York: Fordham University Press, 2015.

LAZZARATO, Maurizio. *Signos, Máquinas, Subjetividades*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo & N-1 edições, 2014.

LÉVINAS, Emmanuel. *Totalité et Infini: Essai Sur L'exteriorité*. The Hague: Kluwer Academic, 1971.

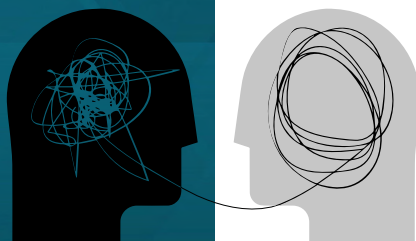
_____. *Ética e Infinito*. Lisboa: Edições 70, 1982.

LUDWIG, Gundula. Desiring Neoliberalism. *Sexuality Research and Social Policy*, V. 13, N.4, 2016.

MEDEIROS, Margarida. *Fotografia e Narcisismo: o Auto-retrato Contemporâneo*. Lisboa: Assírio e Alvim, 2000.

MERLEAU-PONTY, MAURICE. *Le Visible et L'invisible*. Paris: Gallimard, 1964.

_____. *Fenomenologia da Percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.



NANCY, Jean-Luc. *Corpus*. New York: Fordham University Press, 2008.

_____. *Corpus II: Writings on Sexuality*. New York: Fordham University Press, 2013.

_____. Rethinking Corpus. In: KEARNEY, Richard; TREATOR, Brian (Org.). *Carnal Hermeneutics*. New York: Fordham University Press, 2015.

_____. *The Sense of The World*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.

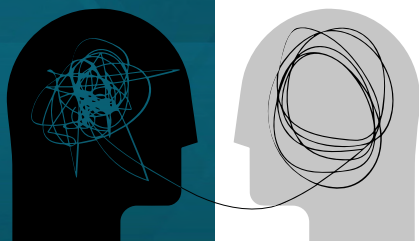
RAND, Ayn. *Atlas Shrugged*. New York: Plume, 1999.

_____. *The Virtue of Selfishness: a New Concept of Egoism*. New York: Signet, 1961.

RUIZ, Castor Bartolomé. *As Encruzilhadas do Humanismo*. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 2006.

VENTURA, Patricia. *Neoliberal Culture: Living With American Neoliberalism*. Vermont: Ashgate, 2012.

WOOD, David. Touched by Touching. In: KEARNEY, Richard; TREATOR, Brian (Org.). *Carnal Hermeneutics*. New York: Fordham University Press, 2015.





8

Marjuliê Angonese

**PORNOCULTURA
VERSUS
FEMINISMO:
as *suicidegirls*
ao vivo no *Facebook***

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.129-148

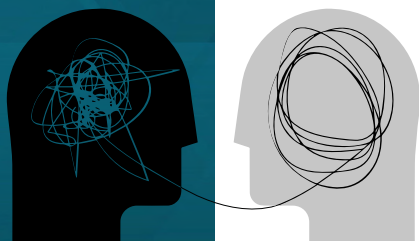
INTRODUÇÃO

Em outubro de 2017, mais de 470 mil pessoas pararam suas atividades cotidianas durante alguns minutos para assistir 13 garotas se preparando para um ensaio de fotos de *Halloween* ao vivo pelo *Facebook*. Elas são modelos da empresa norte-americana *SuicideGirls* e estão usando lingerie; algumas têm tiaras que simulam orelhas de coelho, auréolas angelicais ou chapéus de pierrô. Dispostas sobre uma cama grande, faziam poses para uma fotógrafa. O vídeo dura pouco menos de cinco minutos e consegue reunir, pela internet, o que representaria seis estádios de futebol como o Maracanã⁴⁷ lotados.

O vídeo descrito acima, o de maior audiência até a finalização deste artigo, é apenas uma entre centenas de transmissões ao vivo já realizadas pelo site *SuicideGirls* no *Facebook*. O site traz fotos e vídeos gravados de mulheres nuas e, como este capítulo defende teórica e empiricamente, faz parte de um contexto pornocultural cujas dimensões são econômicas, culturais e políticas.

Assim como a pornografia impulsionou o surgimento de praticamente todas as tecnologias digitais (GARLICK, 2011), o site *SuicideGirls* inovou para possibilitar que aqueles que, inicialmente, não querem pagar por conteúdos interativos consigam, mesmo assim, interagir. A partir dessa estratégia, são realizadas transmissões de vídeo ao vivo por *streaming* das modelos do site por redes sociais digitais, respeitando as regras de censura impostas pelas plataformas. O que este trabalho aponta são quais ideologias permeiam e moldam as subjetivações de modelos *SuicideGirls* que fizeram transmissões, considerando a estratégia de marketing da empresa e a impossibilidade de que as modelos mostrem órgãos genitais ou mamilos, algo intrínseco

47 Disponível em http://visit.rio/que_fazer/maracana/



ao pornô. O que se percebe é a utilização da pornografia *soft core* como estratégia de captação de assinantes.

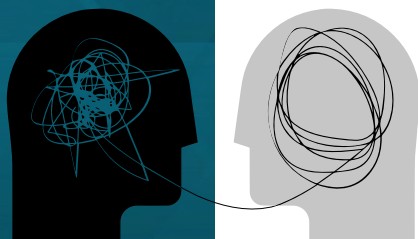
Foi realizada análise de discurso de vídeos e respostas de quatro modelos que aceitaram responder a entrevistas semiestruturadas, embasada teoricamente à luz de Foucault (2016; 1999; 2005; 1998), Deleuze (2005; 1996), Guattari e Rolnik (1996), Williams (1989; 2004), Paasonen (2011; 2016; 2014), Sibilia (2015; 2018), Attimonelli e Susca (2017), entre uma série de outros autores. A análise apontou a presença marcante da ideologia de poder capitalístico⁴⁸ na formação das subjetivações das quatro participantes, bem como da influência – que também provoca pressões nas dobras de subjetivação – das ideologias feministas. Pode-se compreender que as concepções de autonomia feminina são calcadas justamente nesta que é considerada uma profissão emergente da modernidade tardia: a de influenciador digital. Mas, também, as modelos demonstram, em seu discurso, um conflitante desejo de não terem seus corpos considerados mercadoria pornificada, especialmente pela pressão exercida pelas *pornwars*⁴⁹, fundadas não apenas pelo feminismo, como também por impulsos religiosos.

METODOLOGIA

A metodologia empregada para a realização da pesquisa foi a análise de discurso a partir do proposto por Foucault (2016), Pêcheux (2015) e Orlandi (2015). Foram realizadas quatro entrevistas (amostra

48 Este trabalho compreende o termo “capitalístico” como tradução da expressão “sistema mundial capitalista-urbano-industrial-patriarcal”, que se estende a todas as formas de organização social fundadas sobre relações de exploração do capital, privado ou estatal (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 15).

49 Embate entre feministas pró-sexo e o movimento antipornografia iniciado nos EUA na segunda metade do século passado. Uma coalisão entre a igreja puritana, feministas antipornografia e segmentos políticos concluiu que a pornografia é a própria violência contra as mulheres e deveria ser banida.

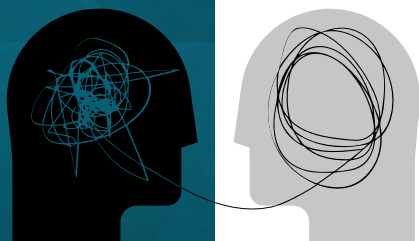


por conveniência) semiestruturadas, que, após degravadas, tiveram destacadas as formações discursivas parafrásicas e metafóricas, distinguidas em quatro indicativos ideológicos: o domínio do próprio corpo; as questões econômicas influentes no discurso; o discurso performático do “eu” e a pornificação de si. Depois, cada uma das formações discursivas recebeu apontamentos. Por outra via, foi selecionada a transmissão ao vivo de maior audiência de cada uma das modelos entrevistadas e a degravação deu atenção às performances em que as modelos respondiam a solicitações de usuários do *Facebook* para que ficassem nuas ou mostrassem partes íntimas.

Depois disso, as formações discursivas foram divididas em três possibilidades de manifestação: ideologia do poder capitalístico, ideologia feminista e feminismo como objeto de consumo capitalístico. Nessa etapa, foram borradas as individualidades das participantes, para que seus discursos fossem reagrupados e colocados sob a luz das teorias mobilizadas por este trabalho, levando em conta, além da contextualização das modelos individualmente, suas características comuns especialmente no que tange às suas posições na engrenagem capitalística.

IDEOLOGIA DO PODER CAPITALÍSTICO

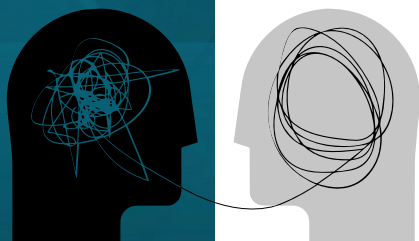
Nas construções dos discursos das participantes desta pesquisa, é possível apreender o que Guattari e Rolnik (1996) chamam de produção de subjetividade capitalística a partir de processos de serialização e de identificação coletiva. Uma das participantes fala em “capitalismo do *like*” ao se referir pela busca de seguidores em redes sociais digitais e, dessa forma, resume a situação em que as *SuicideGirls* estão envolvidas: a pornocultura (ATTIMONELLI; SUSCA, 2017) na qual a modernidade tardia está imersa, matéria geradora



de um novo tipo de ocupação capitalística para pessoas na crise de identidade detectada por Stuart Hall (2004), quando a sociedade do espetáculo (DEBORD, 2003) proporciona uma nova matriz de modelo econômico, em que o efêmero e o hedonismo do cotidiano irreprimível (MAFFESOLI, 1996) são vendáveis. Como emerge das entrevistas semiestruturadas, elas são ou almejam ser influenciadoras digitais – que têm algum poder no processo de decisão de compra, de colocar discussões em circulação, que podem influenciar decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais dos que estão em sua rede (KARHAWI, 2017).

Os discursos das entrevistadas apontam para o fato de que ser uma *SuicideGirl* é uma chancela econômica para que, a partir desse “selo”, elas adquiram o capital social necessário para serem influenciadoras digitais. A empresa *SuicideGirls* empresta a elas o poder (FOUCAULT, 1999) para que atinjam a importância digital necessária para chamar a atenção de marcas que queiram contratá-las para publicidade. Esse pensamento é sintetizado pela seguinte afirmação da participante 1: “não dá para você viver de *SuicideGirls*. O *SuicideGirls* não te paga um salário, mas ele te abre portas para o mercado de trabalho”.

A atividade principal das *SuicideGirls* enquanto influenciadoras digitais – mostrar seu corpo pornificado, belo (de acordo com os padrões ocidentais contemporâneos) e modificado – aponta para o *ethos* cunhado por Maffesoli (1996) de ética da estética. Como resultado, a medida de sucesso a partir do número de seguidores é uma constante nos discursos. A participante 2 menciona que “eu já consigo tirar as minhas próprias fotos pra me divulgar, já consigo parceria com marca, eu posei pra Playboy” a partir do fato de ter 128 mil pessoas que a seguem em seu *Instagram*. Assim, ela indica uma objetificação de seu corpo, pressionado por dispositivos capitalísticos (GUATTARI; ROLNIK, 1996). Mas, consoante o apontamento de Foucault (1999), a



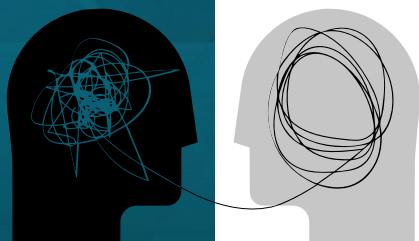
vontade de saber (quando as pessoas querem ver corpos pornificados nas redes sociais) serve ao sexo, e, portanto, à pornocultura, como suporte e instrumento.

Apenas uma crítica ao modelo econômico aplicado pelo site *SuicideGirls* surge dos discursos das participantes em análise, referindo-se à venda de direitos das imagens das modelos para a produção de suvenires. Existe uma acomodação discursiva a respeito da exploração econômica dos corpos das *SuicideGirls* pela empresa. Em ensaios, a empresa gasta U\$ 30 mil por mês, enquanto que a receita mensal, como estimado em entrevista à Revista Esquire⁵⁰ em 2014 pela empresa, supera a casa das centenas de milhares. Isso reforça a existência de uma pressão capitalística para a transformação da máquina desejante da sexualidade para uma máquina de trabalhar, que acaba por sufocar as possibilidades de expressar revolta (GUATTARI; ROLNIK, 1996).

Em outras palavras: por um preço irrisório, vendem sua imagem de nudez *ad aeternum*, sob a promessa de um futuro lucrativo a partir de negócios com outras empresas que dependerá exclusivamente das modelos. Tudo sob a mercantilização de um pretense (ou suposto) feminismo. Ocorre um processo de opressão capitalística disfarçada de resistência.

De uma forma geral, o discurso presente nas entrevistas semiestruturadas e nos vídeos analisados aponta para a economia do desejo derivada de um mundo dominado pela subjetividade masculina, nos termos de Guattari e Rolnik (1996). Quando a participante 2 pontua que “não é uma carreira, mas é uma coisa que tu vai construindo”, observa-se essa incerteza do tipo de atuação profissional que pode ser seguido, sem um manual de como, objetivamente, ganhar dinheiro. Ou, como diz a mesma modelo, “muita gente me reconhece na rua, eu já dei autógrafo, já tirei foto, eu recebo muito presente de marca, muito

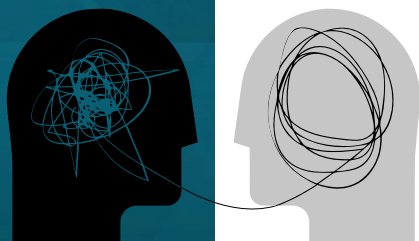
50 <http://www.esquire.com/entertainment/a23778/suicide-girls-missy-suicide-photos/>



presente de fã, de seguidor, muita coisa, muita coisa”. Como bem pontua Attwood (2007), as mulheres que aparecem no *SuicideGirls* podem se tornar microcelebridades, e é o que os discursos apontam como desejo capitalístico das modelos.

Contudo, importante destacar a relevância que atinge a necessidade de distanciar o status de *SuicideGirl* de qualquer atividade pornográfica nos discursos aqui analisados. Como bem frisa Attwood (2007), o site *SuicideGirls* atua em um limite enevoado entre a representação sexual e a autorrepresentação, e o comércio é parte da formação identitária da comunidade. No entanto, como Attwood (2007) afirma, a migração da pornografia para a internet complica os modelos de produção e consumo cultural, além de tornar mais difícil a classificação do que é e o que não é sexo comercial. Um exemplo é a seguinte formação discursiva da participante 1: “não comparo a pornografia, ou uma atriz pornô, por exemplo, com algo que eu faço, porque o que eu faço são fotos. Tem meninas que fazem *camgirl*. Que fazem fotos mais voltadas para o pornô, mas não é bem o que eu faço com a minha imagem”. Na mesma toada, a participante 2 se refere aos assinantes do site como “pessoas que realmente gostam de pessoas tatuadas” e a participante 3 diz que o segmento em que o site atua é de “pessoas modificadas”. A participante 4 diz que “tem muitas meninas que não curtem (a proposta do *SuicideGirls*) porque tem uma questão de você estar gerando conteúdo para caras machistas, os mesmos que gostam de pornografia, por exemplo”.

Essa preocupação em distanciar a atividade do site de uma atuação pornô fica evidenciada e há, subjacente, uma ideologia capitalística que lhes impulsiona a abafar qualquer menção direta à pornografia. A censura ao pornô (DESPENTES, 2016) provocada pelas estruturas de poder que influenciam o inconsciente maquínico (GUATTARI; ROLNIK, 1996) está ligada aos processos molares presentes nos discursos das participantes. A negação da pornificação

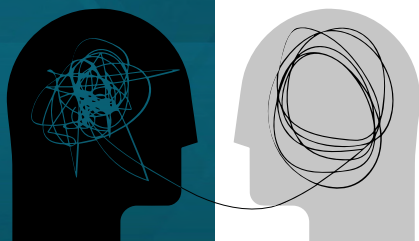


de si (BALTAR; BARRETO, 2014) está estratificada nas participantes, mas emergem conflitos entre essas estratificações dominantes e a subjetivação feminina das *SuicideGirls* nas entrevistas. Isso porque essa subjetivação, que se manifesta nos discursos de diversas formas – especialmente quando se fala de beleza, feminismo e pornografia – é justamente a economia do desejo derivada de um modelo falocrático (GUATTARI; ROLNIK, 1996), no qual bebe a indústria pornográfica, seja ela *hard core* ou *soft core* (SARRACINO; SCOTT, 2008). E, conforme Attwood (2007), sim, o *SuicideGirls* é um site pornô.

Ou seja, o que se vislumbra nos discursos analisados é uma tentativa de negar o que a própria empresa afirma na sua declaração de Termos e Condições: há representação visual de conduta sexual explícita simulada⁵¹. Essa necessidade percebida nas vozes das modelos entrevistadas aponta para a atuação da sociedade de controle (DELEUZE, 1992) sobre suas subjetivações. Existe um discurso do recato, do pudor, exatamente o previsto por Foucault (1999) como sendo um dos quatro dispositivos de saber e poder: a socialização econômica das condutas de procriação. Apesar disso, elas acreditam estar protagonizando, por meio de revoluções moleculares, uma revolução molar (GUATTARI; ROLNIK, 1996) para devolver às mulheres o protagonismo de seus próprios corpos. Assim, a imagem de autonomia feminina gerada pelo *SuicideGirls* é da ordem capitalística.

Outro caráter capitalístico possível de depreender dos discursos analisados é em relação à pornificação das transmissões ao vivo pelo *Facebook*. A participante 3 diz sobre os vídeos: “deve dar curiosidade de ver ‘ah, como ela é de verdade’ porque na foto a gente tá parada, né? Acho que o vídeo tem mais intimidade, tem mais proximidade”. Fica implícito nos discursos que todas as participantes sabem que são assistidas em virtude de suas fotos nuas em seus perfis no site

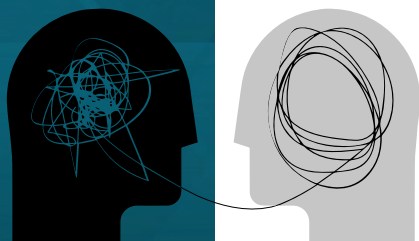
51 <https://www.SuicideGirls.com/legal/#privacy>



SuicideGirls, apesar de nunca mencionarem, nos vídeos analisados, que estão sem roupa e em poses *soft porn* nos ensaios. Como elas dizem durante as entrevistas, há um caráter de agradecimento ao público em suas transmissões. Assim, percebe-se a existência do fenômeno analisado por Patterson (2004) de retrodependência entre modelo e público nas transmissões, em que o cotidiano sem nudez faz parte da pornosfera (MCKEE; MCNAIR; WATSON, 2015) que engloba essa atividade. Elas participam da engrenagem capitalística, não lutam contra a estrutura, mas beneficiam-se (ou performam para um dia poderem usufruir) dela.

Ainda, cabe destacar a ideologia de poder sobre o corpo (GUATTARI; ROLNIK, 1996) e a negação de uma possibilidade de rebeldia (GARLICK, 2011) em relação às normas que proíbem a nudez nas transmissões ao vivo pelo *Facebook*. Os discursos apontam a uma obediência à norma, como o que indica a participante 1: “as transmissões, tanto por *Instagram* ou *Facebook* do *Suicide*, ele [o site] é muito restrito. Então, não pode ter nudez, não pode ter uso de drogas”. Há um silenciamento em relação às possibilidades de microrrevolução (FOUCAULT, 1999), de revoluções moleculares protagonizadas pelas entrevistadas. Aqui, se mostram estratificadas as forças de poder nas zonas de subjetivação (DELEUZE, 2005) das *SuicideGirls*.

Essas manifestações estão todas na ordem da performance (SCHECHNER, 2003), já que incluem uma introjeção e ressignificação da norma a partir da interação possibilitada pelas relações online das participantes. Imersas na sociedade do espetáculo, as entrevistadas utilizam, em suas transmissões, todos os artifícios para a realização de um teatro da vida comum ao vivo, utilizando seus cenários cotidianos (GOFFMAN, 2002) para inserir o público em seus vídeos e simulando uma conversação em um ambiente único. O fazer, o mostrar e a interação que surge desse *continuum* servem ao poder capitalístico. Como em um espetáculo, elas elaboraram roteiros prévios, como assinala a



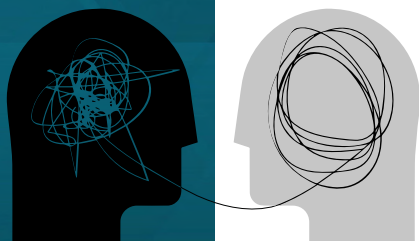
participante 3: “o meu preparo foi ficar discreta, porque naquele dia específico eu queria ser ouvida. Eu queria que as pessoas ouvissem o que eu tinha pra falar”. Essa postura denota um caráter não de resistência, mas de aceitação das regras impostas pela pornocultura, pela pornificação e objetificação dos corpos. Durante as *lives*, surgem diversas performances: garota recatada, mulher de negócios não agressiva, tímida e reservada, figura pública, influenciadora digital, simpática e carismática, entre muitas outras. São personas adotadas pelas participantes para reforçar seus discursos em relação a forças exercidas pelo poder econômico capitalístico (SIBILIA, 2018).

IDEOLOGIA FEMINISTA

Outra ideologia que atravessa os discursos das participantes desta pesquisa é a feminista. A participante 4, ao contar seu estado de espírito quando o primeiro ensaio de nudez foi publicado na capa do site *SuicideGirls*, fala que

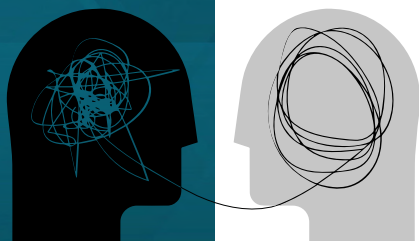
já tava pensando nisso [no estigma em torno da nudez] porque eu sabia que ia trazer um certo tipo de atenção de pessoas. Eu ia ter que saber lidar com isso. Então eu tive que ser bem firme com meu posicionamento para não me importar tanto com as coisas e saber que eu tô fazendo aquilo e não importa qualquer coisa que falarem, não tem nada a ver. O fato de eu fazer ensaio. Há certos adjetivos que os caras colocam e tudo mais.

Como aponta Agamben (2015), a nudez é inseparável de uma assinatura teológica. Mesmo que as entrevistadas não tenham citado influência religiosa sobre seus pensamentos e práticas, a sociedade traz, em si, esse veto à nudez, primordialmente, como controle da sexualidade (FOUCAULT, 1998). Apesar disso, seus discursos apontam para uma aceitação do jogo capitalístico, como diz a participante 1: “tão pagando pra ver, sabe, tipo, não me importo”. Essa formação discursiva



aponta a um feminismo pró-sexo (WILLIAMS, 1989, SARRACINO; SCOTT, 2008, DESPENTES, 2016). Contudo, os discursos indicam para a direção de uma busca pela elegância e, conseqüentemente, por um público elegante – algo que fica claro na diferenciação entre assinantes do site e usuários do *Facebook* e *Instagram*.

Apesar disso, todas afirmam ser integrantes de um nicho contracultural (garotas que cometeram suicídio social ao se mostrarem nuas, tatuadas, com *piercings* e alargadores, que pintam o cabelo de cores chamativas). Há, aqui, uma força ideológica feminista de 3ª onda, que prega a aceitação da diferença pela sociedade, especialmente no que tange à categoria mulher (BUTLER, 2003). Mas, o que se depreende de seus discursos é ainda uma conexão profunda pornocultural aos padrões ocidentais de beleza feminina (CHRISLER; SALTZBERG, 1995). A participante 1 destaca que “em questão a padrões impostos pela sociedade, eu já me senti muito feia”, a participante 2 diz, ao explicar seus problemas em relação ao seu próprio corpo, “que horrível esse nariz, que horrível esse olho, que horrível tudo, sabe? (...) e daí sempre tem alguém também pra tá te falando: esse cabelo não ficou legal em ti (...) eu quero me sentir bonita (...) eu me sinto bochechuda, eu me sinto nariguda, meu olho é pequeno”; a participante 3 fala “eu gosto de ser magra”; e a participante 4 pondera, sobre achar-se ou não bonita, que “às vezes não acho tanto, mas acho que é por conta do estilo”. Pode-se perceber uma pressão intensa e incessante sobre suas subjetivações, em contínua mutação por conta dos mercados pornoculturais. Esse movimento mostra o cabo-de-guerra entre os dispositivos de repressão e os agentes impulsionadores de microrrevolução: ao mesmo tempo em que os discursos apontam, no geral, a uma autonomia sobre o próprio corpo (GUATTARI; ROLNIK, 1996), eles também revelam as pressões que a ordem capitalística e seus padrões de consumo dos corpos (CHRISLER; SALTZBERG, 1995, SIBILIA, 2018) exercem.

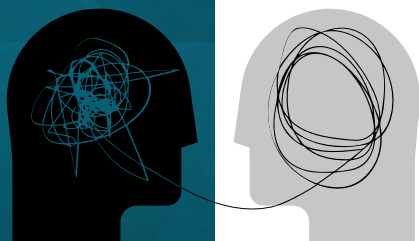


Essa proposição surge para distinguir seus membros dos integrantes de uma burguesia velha e “não liberal” (ATTWOOD, 2006). Como diz a participante 4, “eu fiz um ensaio com calcinha bege de poliâmida. Que eu falei ‘ah, eu não ligo para isso’. Dentro do site, gostaram. Já no *Instagram*, o pessoal não foi muito com a cara porque é um público mais *mainstream*, sabe?”. A participante 2, sobre homens verem suas fotos para a masturbação: “é claro que eles fazem vendo as fotos, né, porque é homem – mas pelo menos não vão estar ali escrevendo, insinuando pra gente alguma coisa”. Existe, de forma deliberada, essa diferenciação de público – uma classificação entre pessoas de gosto refinado e elegantes (os assinantes) e aquelas de “mau gosto”, que veem pornô *hard core*, deselegantes (usuários das redes sociais gratuitas).

Além disso, os discursos, tanto nas entrevistas semiestruturadas como nos vídeos, apontam que existe uma conversa com o mundo *geek* (MILNER, 2004). De fato, como mesmo diz o site *SuicideGirls*, seu negócio é voltado especialmente (mas não unicamente) para o universo *geek*. Há uma postura de mercado, evidente na fala da participante 4: “hoje elas tentam se encaixar num padrão meio Lolita⁵², padrões que na verdade é mais para agradar os caras, que é a ideia contrária do começo, né. A ideia contrária era não querer agradar ninguém. Hoje já não é a mesma ideia”. Ela mostra, assim, uma inconformidade com o posicionamento do site *SuicideGirls* de proporcionar conteúdo para o nicho de mercado conformado por pessoas que gostam de garotas com aparência adolescente ou infantilizada. Ainda, parece não se identificar com a estética *cuteness* (DALE, 2016, WITTKOWER, 2012).

Em outro momento, a mesma participante afirma que “as meninas mais novas, elas fazem ensaios como se elas fossem até menores de idade, sabe? Por conta do público. E eu não acho que

52 Romance de Vladimir Nabokov que conta o romance de um professor universitário pela enteada de 12 anos.

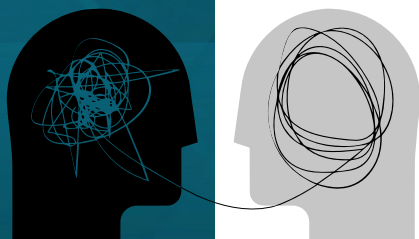


isso seja tão legal”, o que reforça a desconformidade dela com esse tipo de pornô. Igualmente, a seguinte formação discursiva da participante destaca: “eu nunca fiz um ensaio com essa estética que eu quisesse parecer mais nova. Ou que eu quisesse parecer menos agressiva. Já cheguei a participar dentro de *shootfest* e as meninas estarem falando ‘ah, faz maria chiquinha’, ‘usa roupa da Sailor Moon⁵³’, porque os caras gostam de menina com cara de mais nova”. Esse discurso indica a presença de uma ideologia feminista preponderante de combate à violência contra as mulheres e meninas, especialmente no que tange à pedofilia.

A afirmação da participante de que sofreu pressão para que fizesse uma performance infantilizada (há diversos ensaios presentes no site com essa temática) revela uma ideologia machista marcante, ao contrário do que manifesta a sócia da empresa, Missy Suicide, em entrevista à pesquisa. Ela diz que a ideologia da empresa *SucideGirls* é feminista, mas suas práticas capitalísticas apontam para a utilização da imagem infantilizada de modelos, o que pode proporcionar ao site mais assinaturas de pessoas com esse tipo de interesse sexual.

Nas formações discursivas em relação aos pedidos para que mostrem partes íntimas ao vivo, destaque para o que diz a participante 1: “homem pedindo *nude* para mulher é muita falta de vergonha na cara, sabe? É ridículo”. A negativa veemente aos pedidos de nudez ao vivo, tanto nos discursos das transmissões quanto nas entrevistas semiestruturadas, é fruto de uma série de pressões estruturais sobre a zona de subjetivação das modelos (DELEUZE, 2005, GUATTARI; ROLNIK, 1996, PATTERSON, 2004). Podem-se vislumbrar em ação ideologias de poder capitalístico – quando as modelos negam mostrar vaginas, seios e nádegas, elas atendem ao imperativo econômico da empresa – (FOUCAULT, 1998) e feministas.

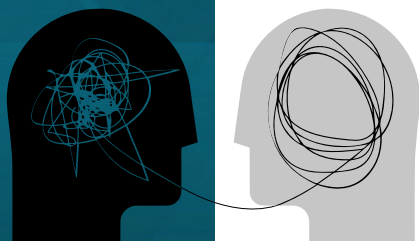
53 Personagem principal de uma série de mangá e anime, de 14 anos, que tem poderes mágicos e, junto de suas amigas, defende a Terra e a Lua contra seres malignos de outros planetas. As personagens são sexualizadas e a série contém conteúdo lésbico.



Apesar de estarem inseridas na lógica pornocultural, encontraram-se, de forma generalizada, formações discursivas que apontam para o acompanhamento das ideologias feministas de terceira e quarta ondas (SANTOS, 2016, MATOS, 2017, PHILLIPS; CREE, 2014, FOTOPOULOU, 2014), no sentido específico de preconizar a autonomia sobre o próprio corpo e não sofrer violência, física ou psicológica, por conta das tomadas de decisão, como diz a participante 2: “tem que pôr limite porque mulher nenhuma tem que ficar aguentando isso”.

Cabe destaque à seguinte formação discursiva da participante 4 “sendo mulher, é impossível não ser [feminista]. A partir do momento que você começa a ter visão de como as coisas funcionam, você tem que se posicionar porque não é nem um pouquinho vantajoso ser cega e fingir que nada acontece”. Constata-se, pois, a presença da ideologia feminista de primeira onda (BEAUVOIR, 2009, SANTOS, 2016), que defende, principalmente, direitos civis iguais entre gêneros.

No entanto, infere-se dos discursos que as participantes sofrem pressões estruturais sobre suas subjetivações provenientes da estratificação do preconceito com a nudez. As seguintes formações discursivas demonstram o quanto sofrem em virtude de suas performances pornificadas, como a formação discursiva da participante 2: “se eu postar alguma coisa com tarja já vai vir alguém falando se eu faço programa, ‘tu é puta, tu é isso, tu é aquilo’. Pô, só porque eu tô nua eu também não sou puta”. Essa modelo foi a que obteve o maior número de pedidos para que mostrasse partes íntimas ao vivo, que respondeu de forma mais agressiva às solicitações que considerou mais ultrajantes, que se considera feia – e relatou ter sofrido *bullying* quando adolescente. No vídeo analisado, ela faz questão de frisar, por duas vezes, que não é prostituta (ela afirma que as *SuicideGirls* não são acompanhantes). Essa postura aponta a presença da ideologia feminista radical – que é contrária à prostituição por entender que a atividade promove a violência contra as mulheres, bem como indica



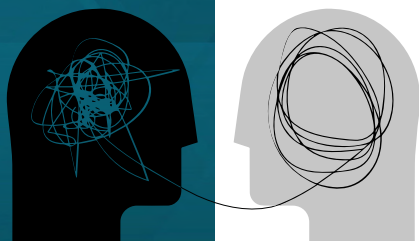
aspectos do feminismo antipornografia (SARRACINO; SCOTT, 2008, GARLICK, 2011, DESPENTES, 2016).

É preciso destacar uma postura ideológica de sexismo ambivalente (FISKE; GLICK, 1996) em relação à uma das participantes no que tange à seguinte formação discursiva: “qualquer homem que me tratar menos que uma princesa, ele não merece tá comigo”. Durante esse momento da entrevista semiestruturada, no qual ela explica o porquê de não se considerar feminista, faz-se presente, especialmente, a ideologia do sexismo benevolente.

FEMINISMO COMO OBJETO DE CONSUMO CAPITALÍSTICO

Uma constatação desta pesquisa foi a mercantilização do feminismo. Se a ideologia do site *SuicideGirls* tem uma política feminista. Ao dizer que as mulheres que fazem parte do *casting* de modelos são “donas de si”, surge uma “mercadoria feminista”, cujo preço é de U\$ 12 ao mês ou U\$ 48 por ano. Por essa quantia, o assinante pode ver uma garota que se diz feminista nua.

Além disso, conforme pode-se perceber a partir da análise de discurso das participantes, a empresa compra a imagem pornificada das modelos sob a publicidade de que o site é uma comunidade que proporciona o convívio entre garotas que cometeram um “suicídio social”. No entanto, além da exploração da imagem para o catálogo de fotos do site e produção de objetos como canecas e calendários, o negócio primordial do *SuicideGirls* é oferecer fotos de garotas nuas para um público preponderantemente masculino pagante. As transmissões pelo *Facebook* são uma isca para novos assinantes.

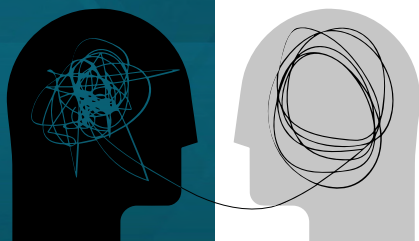


Como retorno às modelos, além do (pouco) dinheiro, a empresa oferece como prêmio a permanência de seu status de *SuicideGirl* oficial para que possam utilizá-lo como atrativo para trabalhos em outras plataformas. Não há caráter de resistência ao capitalismo e sim de adaptação à tática de exploração e objetificação do corpo feminino.

CONCLUSÃO

Este artigo teve como esforço teórico entrecruzar conceitos relativos à subjetivação a partir de ideologias de poder capitalístico e feministas e os que estão ligados ao domínio da performance; entre o pensar e o fazer. Os discursos das entrevistadas apontam para a chancela econômica que lhes confere o status de *SuicideGirl*, para que elas possam, assim, adquirir o capital social necessário para serem influenciadoras digitais. A empresa *SuicideGirls* lhes empodera para que atinjam milhares de seguidores e, com isso, obtenham a relevância digital necessária para que marcas as contratem para publicidade.

Suas atividades principais enquanto *SuicideGirls* e influenciadoras digitais – mostrar seu corpo pornificado, belo (de acordo com os padrões ocidentais contemporâneos) e modificado – apontam para o *ethos* de ética da estética. No entanto, para que elas consigam, de fato, ingressar nesse mercado, precisam conjugar, também, tanto a estética *cuteness* quanto elementos do universo *geek*. O objetivo capitalístico é claro: subsistir a partir de uma subjetivação feminina, em uma economia do desejo derivada de um mundo patriarcal dominado pela efemeridade da cultura digital. Nessa esfera, a *netporn soft core* exhibe o cotidiano, mesmo que simulado, até que espectador e performer se confundam, organizem e interpretem o espetáculo.



Mas elas negam a pornificação de si, mesmo que performem uma subjetivação feminina e todas as ideologias que a compõem na modernidade tardia. A negação da pornificação de si é fruto da estratificação das forças capitalísticas, mas também das pressões conservadoras na subjetivação feminina. Da mesma forma ocorre em relação à nudez. E, quanto há o consumo de produtos com nudez, existe subjacente uma classificação entre pessoas de gosto refinado e elegantes e aquelas de “mau gosto”, que veem pornô *hard core*, deselegantes.

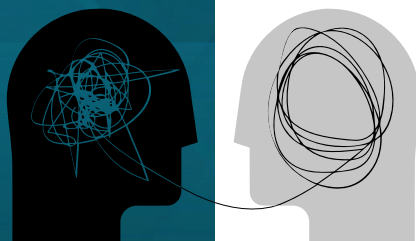
A ideologia feminista antipornografia aparece nos discursos em diversos momentos, tanto para reforçar a natureza da pornografia como algo ruim quanto para distinguir seus ensaios de nudez existentes no site *SuicideGirls* em relação a conteúdos de sites pornô *hard core*. Nesse sentido, o poder capitalístico acaba por produzir modelos de *soft porn* que são contra a pornografia *hard core*.

Apesar de se configurar como “oásis” para a autonomia feminina, o capitalismo acaba não aportando às mulheres o poder sobre o próprio corpo. É preciso, ainda assim, cumprir as regras sobre o que (a quem e onde) mostrar, o que vestir, o que esconder. Se o site *SuicideGirls* é fruto da mercantilização do feminismo detectado por esta pesquisa, assim o são suas modelos. Se a lógica do capitalismo é manter as estruturas lucrativas em funcionamento, os ícones que representam a ideologia feminista tornam-se bens de consumo. Assim, um dos objetivos do capitalismo é a pornocultura, produtora e produto do próprio capitalismo, em uma infinita espiral recursiva.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. *Nudez*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

ATTIMONELLI, Claudia; SUSCA, Vincenzo. *Pornocultura: viagem ao fundo da carne*. Porto Alegre: Sulina, 2017.



ATTWOOD, Feona. No money shot? commerce, pornography and new sex taste cultures. In: *Sexualities*, v. 10, n.4, p. 441-456. Londres: Sage, 2007.

_____. Sexed up: theorizing the sexualization of culture. In: *Sexualities* v. 8, n. 5, 77-94. Londres: Sage, 2006.

BALTAR, Mariana.; BARRETO, Nayara. *As pornificações de si em diário da putaria*. Palhoça: Crítica Cultural – Critic, v. 9, nº 2. 2014.

BEAUVOIR, Simone de. *O segundo sexo*. Rio de Janeiro: Editora Ávora, 2009.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CHRISLER, Joan; SALTZBERG, Elaine. Beauty Is the Beast: Psychological Effects of the Pursuit of the Perfect Female Body. In: FREEMAN, J. *Women: A Feminist Perspective*. Mountain View: Mayfield Publishing Company, 1995.

DALE, Joshua. Cute studies: an emerging field. In: *East Asian Journal of Popular Culture*, v 2, n. 1. Bristol: Intellect Ltd Editorial, 2016.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Online: eBooksBrasil.com, 2003.

DELEUZE, Gilles. *Foucault*. São Paulo: Brasiliense, 2005.

_____. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: *Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DESPENTES, Virginie. *Teoria King Kong*. São Paulo: n-1 edições, 2016.

FISKE, Susan; GLICK, Peter. The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 70, n. 3, p. 491-512. Washington DC: American Psychological Association Inc., 1996.

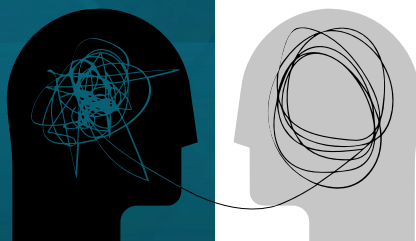
FOTOPOULOU, Aristeia. Digital and networked by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism. In: *New Media & Society*. Londres: Sage, 2014.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2016.

_____. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

_____. *História da sexualidade III: o cuidado de si*. São Paulo, Edições Graal, 2005.

_____. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1998.



GARLICK, Steve. *A new sexual revolution? Critical theory, pornography, and the internet*. Mississauga: Canadian Review of Sociology, v. 48, nº 3, 2011.

GUATTARI, Felix.; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1996.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2002.

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

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. In: *Revista Comunicare*. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017.

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.

MATOS, Carolina. New brazilian feminisms and online networks: cyberfeminism, protest and the female 'Arab Spring'. In: *International Sociology*. Londres: Sage, 2017.

MCKEE, Alan; MCNAIR, Brian; WATSON, Anne-Frances. Sex and the virtual suburbs: the pornosphere and community standards. In: MAGINN, P. J.; STEINMETZ, C. (org) *(Sub)Urban Sexscapes: Geographies and Regulation of the Sex Industry*, p. 159-174. Oxon: Routledge, 2015.

MILNER, Murray. *Freaks, Geeks, and cool kids: American teenagers, schools, and the culture of consumption*. Nova Iorque: Routledge, 2004.

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

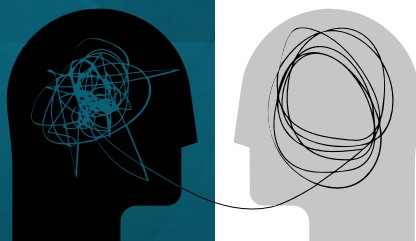
PAASONEN, Susanna. *Carnal resonance: affect and online pornography*. Cambridge, London: MIT Press, 2011.

_____. Pornification and the mainstreaming of sex. In: RAFTER, N. (org), *Oxford Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice*. Oxford: Oxford University Press, 2016.

_____. Things to do with alternative: fragmentation and distinction in online porn. In: MAINA, G; BIASIN, E; ZECCA, F. (org). *Porn After Porn: Contemporary Alternative Pornographies*. Milão: Mimesis Books, 2014.

PATTERSON, Zabet. Going on-line: consuming pornography in the digital era. In: WILLIAMS, Linda (org). *Porn Studies*. Londres: Duke University Press, 2004.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes Editores, 2015.



PHILLIPS, Ruth; CREE, Vivienne. What does the 'fourth wave' mean for teaching feminism in twenty-first century social work? In: *Social Work Education: The International Journal*. Londres: Taylor & Francis, 2014.

SANTOS, Magda Guadalupe dos. O feminismo na história: suas ondas e desafios epistemológicos. In: BORGES, M. L.; TIBURI, M. (org). *Filosofia: Machismos e Feminismos*. Florianópolis: Editora UFSC, 2016.

SARRACINO, Carmine; SCOTT, Kevin. *The porning of America: The rise of porn culture, what it means, and where we go from here*. Boston: Beacon, 2008.

SCHECHNER, Richar. O que é performance? In: *Revista de Teatro, Crítica e Estética*. Ano II, nº 12. Rio de Janeiro: Unirio, 2003.

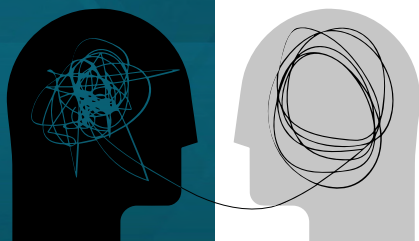
SIBILIA, Paula. La "pornificación" de la mirada: Una genealogía del pecho desnudo. In: *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*. v. 10, n 1. Bogotá: Facultad de Artes – Pontificia Universidad Javeriana, 2015.

_____. Los cuerpos visibles en la contemporaneidad: de la purificación mediática a la explicitud artística. In: *Kaypunku – Revista de estudios interdisciplinarios de arte y cultura*. v. 4, n.1, p. 175-197. Lima: Escuela Académico Profesional de Arte de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2018.

WILLIAMS, Linda. *Hard core: power, pleasure, and the "frenzy" of the visible*. Berkeley: University of California Press, 1989.

_____. Pornography, porno, porn: thoughts on a weedy field. In: *Film & Media Studies*. Berkeley: University of California Press, 2014.

WITTKOWER, Dylan. On the origins of the cute as a dominant aesthetic category in digital culture. In: LUKE, T.; HUNSINGER, J. (org.) *Putting knowledge to work and letting information play*. p. 212-221. Boston: Springer, 2012.





9

Tarcízio Macedo

**MAIS
DO QUE APENAS
DEDOS RÁPIDOS:
performance e metagame
em *League of Legends***

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.149-168

INTRODUÇÃO

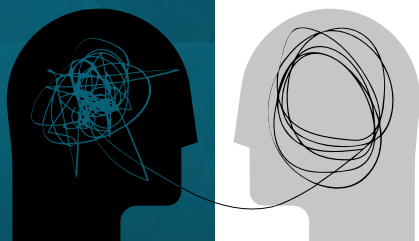
A principal referência deste capítulo consiste, assim, em traçar uma discussão sobre a noção de performance no jogo competitivo *League of Legends*, popularmente conhecido como *LoL*⁵⁴. A pesquisa debate sobre a busca pela perícia enquanto um processo de especialização e aprendizagem intenso e constante, focando em uma camada de performance considerada de um tipo de alta produtividade/desempenho de jogabilidade⁵⁵, cuja função é “ensinar-persuadir-convencer” o quão jogadores são bons. Esta abordagem encontra bases nos estudos de Henry Lowood (2006), Michael Nitsche (2014) e Scott Donaldson (2017).

Enquanto jogo competitivo, *LoL* envolve a busca pela perícia, vitória, conhecimento, habilidade e competência (PRZYBYLSKI; RIGBY; RYAN, 2010), vencer e perder. Fundado pela desenvolvedora americana *Riot Games*, a crescente ascensão de *LoL* como um dos jogos mais populares do mundo tem feito o título receber ultimamente especial atenção no meio acadêmico por sua importância na cultura do jogo contemporâneo (DONALDSON, 2017). Para contemplar a dimensão performática do jogar, há de se observar esta a partir de um olhar que considere a atividade performática dos jogadores nos instantes de interação com objetos em jogo.

Este trabalho, portanto, concentra-se na discussão do processo de especialização de uma experiência de cunho tanto mais operacional quanto social, examinando dois tipos elementares de aprendizado em *LoL*, passando pelo sentimento de repetição e especialização procurado por alguns jogadores. Trata-se de uma compreensão de

54 Mais informações sobre o jogo estão disponíveis em Macedo e Vieira (2017, 2018).

55 Segundo Katie Salen e Eric Zimmerman (2003), jogabilidade é a interação que ocorre entre jogadores e regras de um sistema formalizado por meio do jogo.



elementos considerados tanto mais internos à gramática do jogo (FALCÃO, 2014), suas regras e mecânicas, quanto mais externos, como o *metagame*⁵⁶ de *LoL*. O foco deste estudo é demonstrar as experiências de performances a partir tanto da experiência do pesquisador ao longo de sete anos com o artefato quanto apoiado em uma inspiração etnográfica que busca contemplar as práticas dos jogadores em *LoL*.

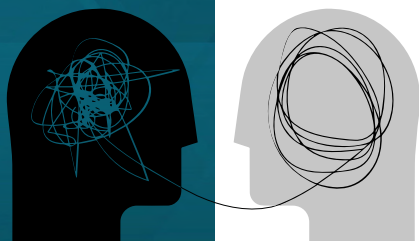
Neste sentido, o que queremos observar é a vertente de como o social é formulado e influencia em uma experiência considerada mais “técnico-operacional”. Tomar as ações dos jogadores em *LoL* como performance significa investigar, como sugere Richard Schechner (2013), o que as atitudes destes jogadores representam, intencionam e, principalmente, como elas interagem com outros itens em jogo.

O capítulo divide-se em três seções: na primeira apresentamos as matrizes metodológicas que sustentam esta investigação, com objetivo de elucidar os pontos de partida da pesquisa; na segunda, alinhavamos questões pontuais sobre o conceito de performance, tanto na perspectiva dramaturgica no campo dos *performance studies* quanto nos *game studies*; já as terceira seção abrange, de modo específico, a análise que realizamos do processo de especialização de um tipo de performance de alto rendimento.

O PERCURSO METODOLÓGICO

O trabalho de campo desta pesquisa é fruto de uma pesquisa exploratória mais ampla que destacou o consumo de mercadorias

56 *Metagame* refere-se ao “jogo além do jogo”, a “relação entre o jogo e elementos externos, incluindo tudo, desde atitudes dos jogadores e estilos de jogo até reputações sociais e contextos sociais nos quais o jogo é jogado” (SALEN; ZIMMERMAN, 2003, p. 481). Esse conceito reporta-se a aspectos do jogo que derivam da interação com contextos circundantes, e não das regras do jogo em sentido formal.



virtuais e o quanto elas nos dizem sobre as dinâmicas sociais e competitivas do jogo (MACEDO; VIEIRA, 2017, 2018). Em certo momento daquele trabalho a questão sobre as performances dos jogadores surgiu na fala dos jogadores. Assim, o trabalho de campo desta pesquisa foi concebido por meio de uma pesquisa de inspirações etnográficas efetivada com jogadores de *LoL*. Por se tratar de um estudo exploratório, optamos pela escolha de interlocutores que integram parte de nossas redes. Reconhecemos que há implicações de ganhos e perdas pela opção de interlocutores “familiares”, como em qualquer opção metodológica. No entanto, os limites de espaço não permitem contemplar este debate.

A seleção dos interlocutores foi realizada após uma relação com estes, o que envolveu participar de partidas com eles e explorar o universo do jogo. Com esse intento, foram selecionados quatro interlocutores que jogam ou jogaram *LoL*. Todos os participantes foram previamente informados sobre os objetivos da pesquisa e os dados obtidos estão inseridos a partir de nomes fictícios, com intuito de preservar as identidades dos interlocutores. A escolha entre os nomes dos personagens no jogo que cada um afirmava mais jogar ou gostar também se constitui em um exercício de leitura de performances.

À guisa do método etnográfico, a investigação foi conduzida por meio de um roteiro semiestruturado, construído com base em eixos de análise que focam em uma abordagem da performance e do debate em torno da noção de *metagame*. As entrevistas foram realizadas entre os meses de dezembro de 2016 a janeiro de 2017, com quatro interlocutores dentro de uma faixa etária dos 18 aos 26 anos, sendo dois deles (uma mulher e um homem) estudantes que vivem na cidade de Belém (PA), e outros dois (homens) estudantes que vivem nas cidades de Osasco (SP) e Diadema (SP).

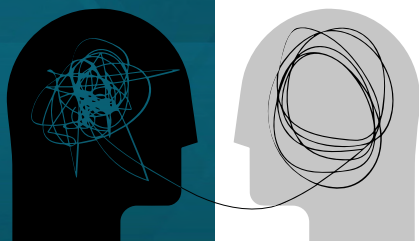


Tabela 1: Interlocutores da pesquisa

Jogador (a)	Idade	Tempo de LoL	Cidade
Lulu	23 anos	Joga há dois anos.	Belém/PA
Jinx	22 anos	Jogou durante dois anos, parou há quatro meses.	Belém/PA
Talon	26 anos	Joga há três anos.	Diadema/SP
Draven	18 anos	Joga há três anos e meio.	Osasco/SP

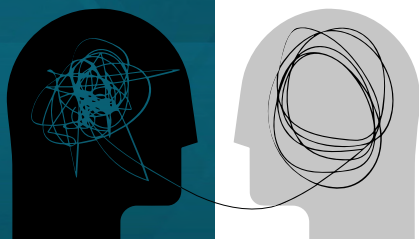
Fonte: Elaborado pelo autor.

A pesquisa de campo dividiu-se em duas etapas: inicialmente, utilizamos de um perfil no jogo e no serviço de rede social *Facebook* para contato com interlocutores. Em seguida, realizamos entrevistas semiestruturadas com dois participantes via chamada de vídeo, pelo aplicativo *Skype*, das cidades de Osasco (SP) e Diadema (SP) e outras duas, presencialmente, em Belém (PA).

PENSAR A PERFORMANCE, REPENSAR O JOGO/JOGADOR

Discutir sobre a noção de performance em *video games* não é um pioneirismo, não somente porque o conceito é intensamente explorado no campo dos *game studies* a partir de variados aportes teóricos (AARSETH, 2003; LOWOOD, 2006; PRZYBYLSKI; RIGBY; RYAN, 2010; NITSCHÉ, 2014; FALCÃO, 2014; DONALDSON, 2017; THOMAZ; CARDOSO FILHO, 2016), mas também porque articulações acerca desse fenômeno não são reservadas exclusivamente aos *video games*.

Ao longo do tempo, e em diferentes contextos, o conceito de performance é carregado de múltiplos significados, e tornou-se popular

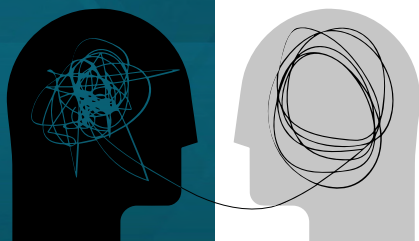


em uma gama de atividades sociais (SCHECHNER, 2013; NITSCHKE, 2014). A revisão colocada por Nitsche (2014) das performances nos *games* destaca essa mídia como um novo território emergente para performar, mostrando como a evolução da tecnologia ajudou a ampliar a gama de expressões para os meios digitais como performance. Por conseguinte, a organização social dos espaços circundantes é modificada rumo a um espaço de performance digitalmente realizado, que, em última análise, reposiciona o próprio jogador.

O ato de performance é compreendido, para Schechner (2013, p. 22), (i) em relação a ser, à existência em si mesma; (ii) fazer, ação de tudo que há; (iii) e mostrar-se fazendo, logo, performar, deixar evidente e “demonstrar a ação”. Schechner (2013, p. 32) propõe uma teoria em que “qualquer comportamento, evento, ação, ou coisa pode ser estudado como se fosse performance e analisado em termos de ação, comportamento, exibição”. Assim, essa noção de performance é muito útil como categoria analítica nos estudos de *video games*.

Nitsche (2014, p. 388) afirma que, na origem do termo “performance”, as mais diferentes abordagens compartilham um elemento central: “performance é sobre fazer”, isto porque, para ele, “as performances crescem a partir do ato de se realizar”. Para além da visão inicial de um evento encenado circunscrito ao teatro, a performance ganhou amplitude maior. Ela passa a incluir um amplo espectro de comportamentos e condições. As performances são comportamentos restaurados por meio dos quais os sujeitos agem (e reagem) ao ambiente, material e simbólico, em que estão inseridos.

Nos *video games*, Nitsche (2014) argumenta que a ideia de performance é geralmente utilizada para descrever eficácia, dominar um jogo ou as situações em um jogo com êxito. Schechner (2013) afirma que, no contexto de esportes, negócios ou do sexo, dizer que determinado sujeito realizou uma “boa performance” significa afirmar



que ele desenvolveu uma atividade conforme um alto padrão, que foi bem-sucedido e superou os demais e a si mesmo.

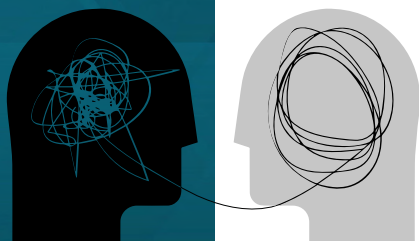
Em se tratando de um jogo do gênero de *LoL*, a busca por esse tipo de performance, pela perícia, é um dos principais motivos que movem e moldam os jogadores. Em um editorial publicado pela *Riot Games* em julho de 2014, Tom “Zileas” Cadwell, então vice-presidente de *game design* da desenvolvedora, comentou que “o principal impulso que mantém os jogadores é a busca pela perícia (...). Jogar *LoL* se trata de crescimento contínuo e tornar-se um jogador melhor”⁵⁷. Esse argumento revela uma filosofia de *design* intimamente conectada com uma ideia de performance nos termos de Nitsche (2014).

Propomos compreender, assim, uma camada que possui modos de comportamentos e atividades performáticas específicas e contínuas. Um tipo de performance de “ensinar-persuadir-convencer” (SCHECHNER, 2013) fundamentada, a princípio, na aprendizagem técnica e nas estruturas definidas que orientam o jogo. Os jogadores aprendem, portanto, jogando porque se envolvem nessa prática de forma ativa (AARSETH, 2003), interagindo com o artefato.

Tantos jogadores quanto *designers*, e até pesquisadores, referem-se ao processo de aquisição de perícia em *video games*, especialmente o domínio dos controles, pelo termo de aprendizagem (PRZYBYLSKI; RIGBY; RYAN, 2010; DONALDSON, 2017; AARSETH, 1997, 2003). Para Aarseth (2003), há um processo de aprendizagem em todos os jogos, o que depende da interpretação desse processo por cada jogador, variando conforme as competências anteriores, o contexto e a motivação.

Para progredir ao longo das distintas etapas de aprendizado que existem no *video game*, o jogador precisa explorar estratégias diversas e experimentar técnicas distintas (AARSETH, 2003). Segundo Jinx,

⁵⁷ Disponível em: <https://bit.ly/3kShT17>. Acesso em: 22 nov. 2020.



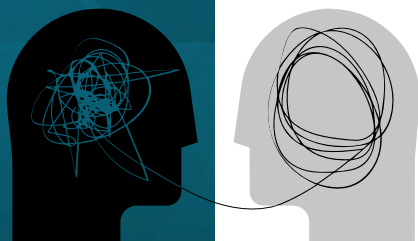
uma das interlocutoras desta pesquisa, a dinâmica de *LoL* pressupõe o estudo da mecânica dos personagens, de *builds*⁵⁸ e das constantes atualizações que o jogo recebe. Em síntese, jogar um jogo estabelece um processo de aprendizagem e de uma hermenêutica dinâmica aplicada pelo jogador (AARSETH, 2003). Para Lowood (2006), uma performance de alto desempenho decorre das interrelações com o jogo, espectadores (incluindo jogadores) e virtuosismo técnico.

Para desenvolvimento desta pesquisa, seguimos os estudos de Peter Jakobsson, Daniel Pargman e Jana Rambusch (2007), Bryn Neuenschwander (2008) e Donaldson (2017) que propõem analisar a especialização em jogos multijogadores por meio de um modelo binário que compõe a perícia a partir do domínio de um jogador sobre os controles e as regras do jogo (perícia mecânica), em negociação com os contextos socioculturais mais amplos presentes em um *game* (perícia *metagame*). As próximas duas seções procuram delinear aspectos usados dentro e fora do jogo pelos jogadores na busca por esses elementos binários.

À PROCURA DA PERÍCIA EM *LEAGUE OF LEGENDS*: PRÁTICAS DE PERFORMANCES

Partindo de um entendimento do processo de especialização de um jogo para Neuenschwander (2008), um jogador em *LoL* inicialmente precisa acumular conhecimentos e aceitar as regras mecânicas que regem o sistema. A segunda etapa envolve a compreensão das regras sociais, um consequente acompanhamento do *metagame*. Essa segunda forma de aprendizagem, segundo Donaldson (2017), reporta-se a aspectos socioculturais contextuais.

⁵⁸ Conjunto de itens utilizados para determinados personagens.



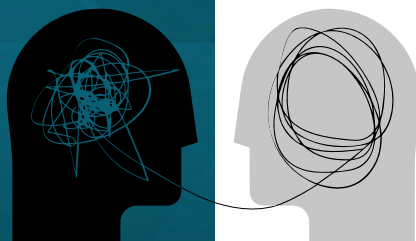
Isso significa, portanto, que jogadores exploram um conjunto de regras em um ambiente de possibilidades guiando as suas performances conforme o que é apresentado – e repetido – durante a dinâmica espaço-temporal de *LoL*.

Assim, a repetição evidencia que, pela jogabilidade, jogadores podem aprender sobre os aspectos mecânicos e do *metagame* (AARSETH, 2003). Deste modo, o próprio ato de jogar – repetir e reforçar, uma vez mais – implica uma espécie de “alfabetização” para a perícia, o que varia da interpretação do procedimento consoante ao jogador. Lulu, quando questionado sobre o porquê de jogar *LoL*, argumentou:

É um jogo que, ao mesmo tempo que parece ser repetitivo, nunca é igual. Porque tu estás sempre aprendendo, não só jogadas, mas como funciona aquele personagem ou como articular, fazer uma jogada [...], então eu acho que tu estás sempre evoluindo, pode parecer a mesma coisa [...], mas tem todo um processo que eu acho que nunca é igual. As pessoas não são iguais.

As performances em *LoL* são dotadas de um potencial no aspecto operacional – ter habilidades, expertises mecânicas, conhecimento e o domínio das mecânicas/regras do jogo –, e logo, ser dotado do que Donaldson (2017, p. 2) chama de “perícia mecânica”⁵⁹ e maestria com um personagem, mas também de uma dimensão social inerente, contextual, que influencia essa “experiência de cunho mais operacional” (FALCÃO, 2014, p. 46), sem a qual dificilmente um jogador conseguirá progredir no ambiente competitivo. A divisão binária de especialização é citada também no estudo de Jakobsson, Pargman e Rambusch (2007) que compreende duas formas de possibilidades metodológicas de estudo e compreensão da jogabilidade.

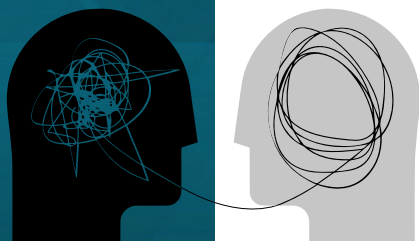
59 Domínio e conhecimento da mecânica do jogo, carácter máximo de aquisição de informação de um jogo (DONALDSON, 2017).



De um lado, para os autores, existe a “manipulação do jogo” que concerne às atividades físicas e motoras de jogar um *video game*. Por conseguinte, há uma atividade de criação de significados pelo jogador, isto é, “o entendimento do *game* em termos de como ele deve ser jogado, do papel do jogador nele e a cultura ao entorno do jogo” (JAKOBSSON; PARGMAN; RAMBUSCH, 2007, p. 158). De toda forma, ambos os elementos estão intimamente conectados (JAKOBSSON; PARGMAN; RAMBUSCH, 2007; DONALDSON, 2017).

Seguindo as perspectivas de Jakobsson, Pargman e Rambusch (2007) e Neuenschwander (2008), Donaldson (2017) divide a experiência da expertise em *LoL* com base em dois elementos binários que definem a experiência de jogabilidade: (i) o primeiro é a experiência de perícia mecânica, que se reporta a elementos do jogo como o controle da interface e o conhecimento sobre as habilidades dos personagens; (ii) e o segundo é a competência e experiência da perícia do *metagame*, a consciência e capacidade de negociação entre o jogo e o seu contorno a partir de atualizações, uso de técnicas para determinar eficácia de itens ou combinações de personagens, análise de dados, uso de estratégias etc., ou seja, todas as “atividades que ligam o jogo a contextos externos” (SALEN; ZIMMERMAN, 2003, p. 482).

Segundo Donaldson (2017), a acumulação desses conhecimentos relacionados com o que é extrínseco à mecânica do jogo refere-se ao *metagame*, uma segunda fase da experiência em *LoL*. Dentro da comunidade do jogo, este termo é usado para se referir a uma forma de como o jogo é jogado com base em quatro categorias: (1) o que os jogadores trazem a um jogo; (2) o que eles retiram do jogo; (3) o que acontece entre jogos; (4) o que acontece durante um jogo. Embora não se possa considerar o *metagame* como “regra do jogo” em sentido formal, segundo Donaldson (2015), a conformidade com as convenções nesse aspecto é considerada como a “etiqueta comportamental” de *LoL*, um manual a ser seguido

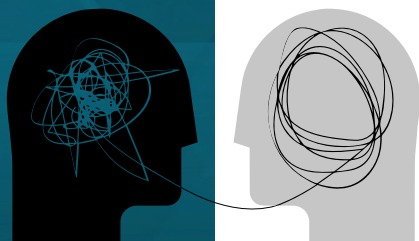


e em constante transformação, chamado por Anne Thorhaug (2013) de “regras dos jogadores”.

Estes conhecimentos seriam responsáveis por guiarem e “controlarem” a atividade dos jogadores em *LoL*, o que Aarseth (1997, p. 159) chama de “netiqueta”, “a etiqueta da rede, uma série de regras ou convenções para o comportamento” que, portanto, permite uma aproximação com o conceito de *metagame*. Para o autor, essas regras são formuladas, geralmente, por jogadores que procuram impor um padrão determinado de comportamento polido às multidões variadas presentes na internet, na maioria dos casos com a pretensão de que essas regras constituídas reflitam as preferências e os desejos de uma maioria de utilizadores da rede – e dos jogos, neste caso (AARSETH, 1997).

Para Thorhaug (2013, p. 372), o que se refere como “as regras do jogo”, normalmente, são “convenções comunicativas aplicadas ao jogo pelos jogadores, enquanto que os comportamentos dos *video games* representam outro tipo de fenômeno de regra” (THORHAUGE, 2013, p. 372). Assim, mesmo que não se refira diretamente ao termo *metagame*, mas a uma noção de regras informais como Donaldson (2017), Thorhaug (2013, p. 388) chega a uma compreensão muito próxima dele: “o significado de um jogo, sua essência, não é determinado pelas regras, mas pela forma como os jogadores se envolvem com essas regras”.

Esse argumento é reforçado por Taylor (2011, p. 377), para quem “as comunidades de jogadores criam novas regras e normas sobre como eles interagem com os sistemas de jogos”. Assim, as regras do jogo não são um aspecto exclusivo ao artefato. Jinx, por exemplo, relatou uma experiência que reflete para as constantes atualizações existentes nas performances e, conseqüentemente, nos papéis dos jogadores a partir do *metagame*.

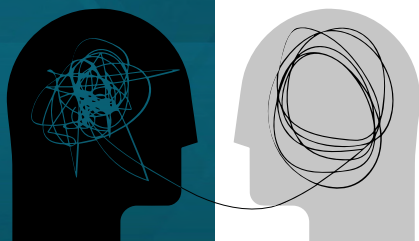


Gosto de jogar muito de Lulu de suporte, não sei se Lulu ainda está viável suporte [função em *LoL*], na época que eu estava jogando os *picas das galáxias* [jogadores profissionais] do competitivo estavam começando a jogar de Lulu *top* [uma das rotas do jogo] também e aí... eu tive que começar a aprender a jogar de *top*, porque Lulu não era mais viável no *mid*, nem suporte, era só *top*... foi uma doídice.

Explícito aqui está o argumento de que o uso de determinados itens e personagens exige um nível de perfeição nessa repetição em decorrência da natureza que governa a ação no jogo, além de um nítido acompanhamento das atualizações dos padrões performáticos para cada papel presente em *LoL*. Podemos, assim, agrupar as formas extrínsecas de especializações de jogadores discutidas por Jakobsson, Pargman e Rambusch (2007), Neuenschwander (2008), Thorhauge (2013) e Donaldson (2017) como formas de conhecimento de *metagame*, que tanto são adquiridas quanto acumuladas a partir de um nível básico de conhecimentos mecânicos requisitados e necessários para a participação em uma equipe. A performance do jogador emerge, então, como pivô desses rearranjos, em que os contextos individuais promovem tensões com convenções comunicativas já socialmente estabelecidas no jogo – formadoras do que aqui se está chamando de *metagame*.

Visto *in game*, os itens disponíveis passam a ser incorporados no repertório cultural dos jogadores, emprestando uma dimensão técnica que compreende o treinamento, isto é, o aprendizado e a destreza do uso de um item no jogo. Isso implica em um conjunto de transformações nas performances, como o próprio domínio dos dispositivos de controles do jogo (DONALDSON, 2017), uma vez que “estímulos motores e cognitivos exigem competências específicas dos usuários e vice-versa” (THOMAZ; CARDOSO FILHO, 2016, p. 347).

Esse tipo de performance condensa um domínio dos aspectos de jogabilidade, da posse de itens e do uso adequado, em uma



constante disputa por superioridade e domínio do sistema e da prática, e sua conseqüente repetição para alcançar tal fim. Neste ínterim performático, os jogadores procuram inserir valores que são (ou sejam) amplamente reconhecidos pelos demais jogadores, formas de jogabilidade que já são legitimadas e que compõem o *metagame* do jogo. Esse tipo de comportamento – e vigilância – acrescenta novas camadas e significados ao ato de jogar competitivamente. Draven, um dos interlocutores participantes deste estudo, afirmou que suas ações para compra de itens no jogo são influenciadas pelo que os outros pensarão sobre elas. Ele afirmou procurar por *sites*, tutoriais, guias de *builds* ou mesmo itens recomendados para fundamentar suas escolhas de compra no jogo conforme o *metagame*.

No intuito de auxiliar e acelerar a aquisição de experiência mecânica e do perfeito domínio operacional do jogo (aspecto este atrelado à ideia de *metagame*), e tirar vantagem disso, jogadores costumam acessar e usar elementos externos à jogabilidade, afim de amplificarem a expertise e eficácia como jogador individual ou membro de equipe (DONALDSON, 2017). Para além do processo inicial de acumulação de experiência, que envolve a tentativa e o erro de jogadores novatos na combinação de itens e personagens, eles costumam utilizar sites de terceiros, como o *Mobafire*⁶⁰ (figura 1), para acelerar sua aprendizagem, na medida em que os mecanismos embutidos no sistema de *LoL* para a assistência e desenvolvimento de conhecimentos mecânicos, pelo menos no período de realização desta pesquisa, eram insuficientes e limitados para dar aos novos jogadores qualquer noção além de uma compreensão básica do *gameplay* a partir de um tutorial, *replays* de partidas gravadas e acesso a alguns históricos de partidas.

60 Um *site* que funciona como uma comunidade e ferramenta com guias de estratégia sobre *LoL*, sendo alimentado pelos jogadores. Disponível em: <http://www.mobafire.com/>. Acesso em: 24 abr. 2017.

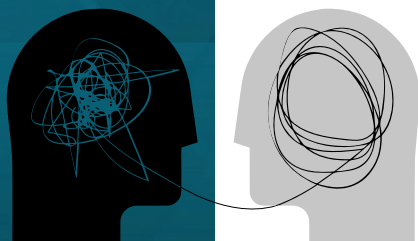
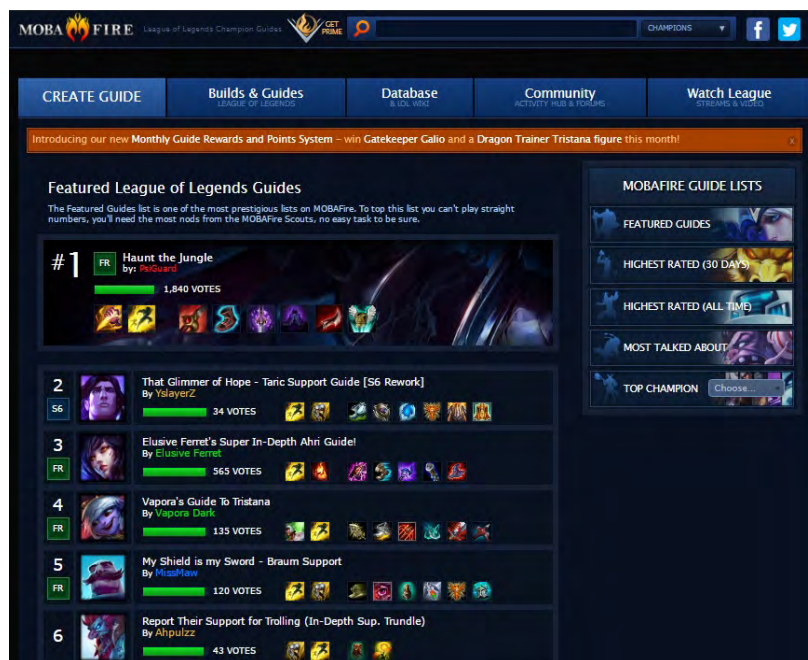


Figura 1: Guias em destaque de personagens de LoL no Mobafire



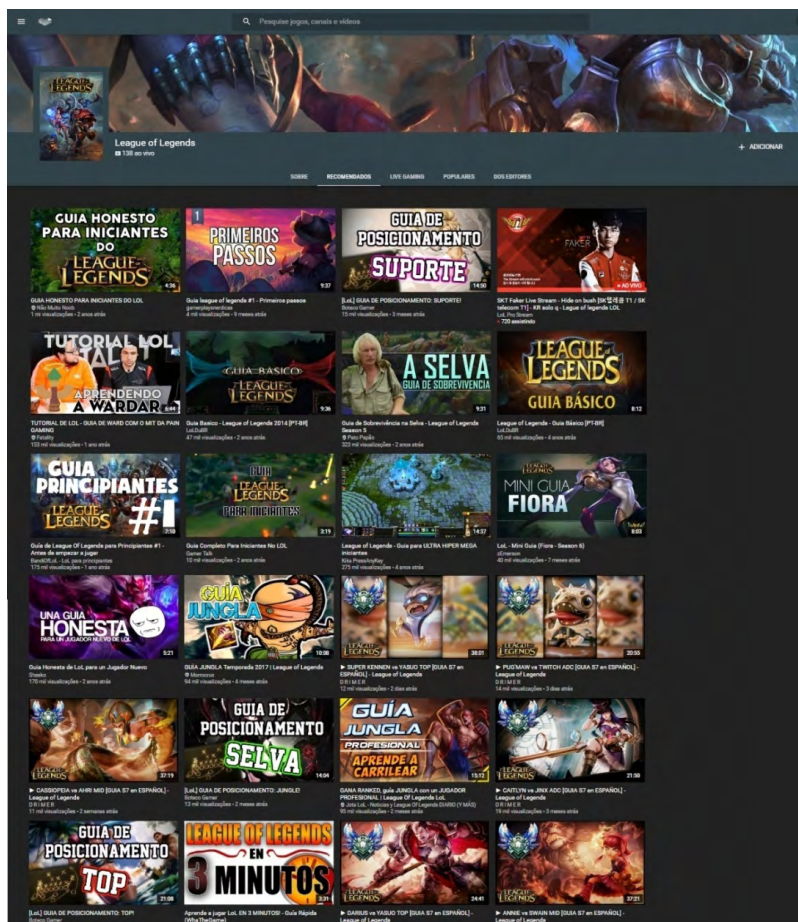
Fonte: Mobafire

Há, portanto, uma cultura da performance (Figura 2) baseada em vídeos criados por jogadores veteranos e profissionais com prestígio, que ensinam como e quando usar um personagem ou um item, táticas e estratégias que auxiliam na resolução de objetivos mais complexos a serem conquistados (FALCÃO, 2014). Taylor (2012) argumenta igualmente que parte significativa do tempo gasto por um jogador iniciante com um jogo é voltada para o aprendizado de como o seu sistema funciona. Quando iniciou em LoL, Lulu recebeu essa dica de sua irmã mais nova, que já conhecia o jogo:

[...] Ela falava assim: "é bacana tu sempre estar vendo os vídeos de *youtubers* para saber como que os personagens funcionam". Como eu não conhecia os nomes dos personagens e nem os

personagens, eu ficava assistindo muito [...]. Antes de comprar também um personagem [...], eu ia ver no *YouTube* como que ele funciona, o que que ele faz, como que as pessoas jogam. E aí, a partir disso, que eu comprava ele [sic].

Figura 2: Séries de vídeos colaborativos de LoL no *YouTube*



Fonte: YouTube Gaming BR

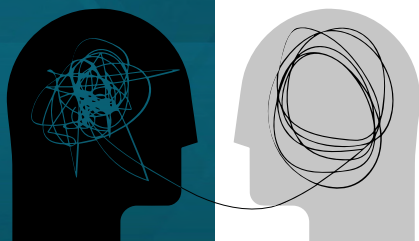
Para Lowood (2006), a utilização desses vídeos possui um valor educativo, desde os primórdios em que as demonstrações de habilidades de jogadores-estrelas admirados e certificados de *status* passaram a ser usadas, comumente, por novos jogadores que desejavam obter melhores performances a partir de gravações da atividade de um jogador mais qualificado, na esperança de que pudessem assimilar maneiras ou estratégias para melhorar suas habilidades, ajustando assim suas performances.

Essas séries colaborativas difundidas no *YouTube* e no *Mobafire*, e também populares em outros tipos de jogos *on-line*, têm o propósito de dar dicas de variados níveis sobre a mecânica e o *metagame* de *LoL*. Aliadas a guias escritos, glossários e até tutoriais em vídeos, essas são ferramentas que os jogadores podem utilizar para aumentar o conhecimento de como certos elementos do *game* podem interagir antes da experiência no jogo. Consideramos esses *sites* capazes de potencializar a perícia mecânica e do *metagame* do jogo, apesar de Donaldson (2017) negligenciá-los, isto porque vídeos no *YouTube* não se limitam a ensinar uma expertise técnica, mas também regras sociais do jogo que não estão circunscritas somente em fóruns ou comunidades, como pensa Donaldson (2017).

Saber *combar*⁶¹ com um personagem exige esse processo de aprendizado, segundo Draven e Talon, bem como acompanhar as atualizações das *builds* em *sites*, guias e tutoriais. Jinx e Lulu, por exemplo, argumentam para a necessidade de terem que aprender a jogar com personagens só porque ganharam *skins*⁶² para eles. Aqui chama a atenção as relações associadas ao uso de *skins* à perícia, motivando jogadores a treinarem com personagens não habituais, no intuito de satisfazerem e corresponderem às expectativas cobradas.

61 Combinação sequencial de habilidades de um personagem, por meio de rápidos *clicks* de botões em um teclado/*mouse*, num determinado espaço de tempo.

62 São *designs* customizados com transformações estéticas de personagens dentro do ambiente de *LoL* (cf. MACEDO; VIEIRA, 2017, 2018).

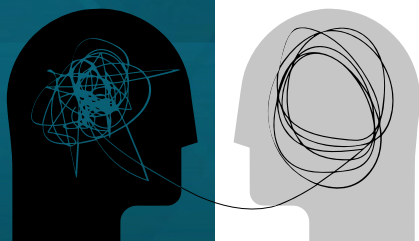


Isso demonstra, como apresenta Donaldson (2017, p. 3), a existência de um *metagame* local, talvez temporário, que “exige do jogador uma forma de conhecimento relacionado a elementos separados da mecânica do jogo”.

Assim, as performances são atualizadas na medida em que jogo, *metagame* e jogadores também o são, o que significa pensar que a melhor forma de compreender *LoL* é pelo estado de fluxo (DONALDSON, 2017). Nada é muito fixo nessas categorias performáticas, novas camadas costumam emergir enquanto outras caem no desuso e padrões estão em constante disputa por espaço. Além disso, em uma partida de *LoL*, exige-se dos jogadores, das próprias máquinas e até dos sistemas do jogo que desempenhem “boas” performances. O espaço da performance, então, não ocorre somente no jogo, mas na ação, relação e interação deste com elementos exteriores, uma vez que são nas conexões com esses contextos socioculturais distintos que a experiência tecnolúdica ocorre.

CONCLUSÃO

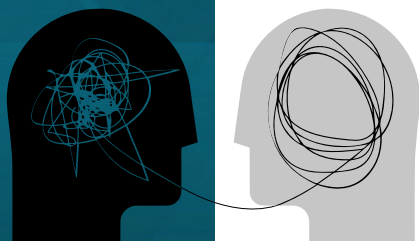
Este capítulo buscou seguir uma trilha teórica que sustenta a compreensão do fenômeno da performance no jogo competitivo *League of Legends* como um processo que promove uma experiência de cunho mais operacional indissociável de contextos sociais mais amplos, que tanto legitimam a performance de alto rendimento quanto estabelecem os padrões que são mais aceitáveis em jogo. Naturalmente, o objetivo não consistiu em tirar conclusões generalizadas que possam ser úteis para teorizar a vida de muitos jogadores, seja da comunidade global ou local de *LoL*. A proposta se baseou em um entendimento de alguns aspectos das muitas e diversas formas pelas quais os jogadores negociam, atuam e performam no processo de busca pela perícia.



Por meio de um estudo de inspirações etnográficas, procuramos demonstrar as diversas capacidades que os aspectos sociais do jogo, que derivam da interação com contextos circundantes, têm de incutir nas dinâmicas da perícia em *LoL*. Assim, não basta aos jogadores terem o pleno domínio das mecânicas e dos controles, neste sentido, serem rápidos nos dedos, se não adquirirem ao menos um nível social necessário para que possam progredir e ser eficazes no ambiente competitivo, especialmente em níveis mais elevados.

Nesse percurso, argumentamos para um processo de especialização dos jogadores baseado em um modelo binário que compõe a experiência de perícia mecânica, de um lado, e na competência da perícia do *metagame* de outro. Assim, jogar *League of Legends* incorpora uma dinâmica que demanda uma dupla aprendizagem: a aquisição de conhecimentos e habilidades mecânicas, prática e repetição, o retorno cuja “a necessidade de definir-se através do padrão” (FALCÃO, 2014, p. 237), é inerente de um tecido social contextual exterior, no qual o jogo também se desenvolve, que influencia as performances técnicas-operacionais-mecânicas no domínio dos controles. Em seguida, discutimos brevemente sobre a repetição, e como padrões são recuperados e emergem nessa cultura performática de *LoL* ao longo do tempo. Destacamos, portanto, que as formas de perícia fora do jogo, ou *metagame*, são de particular relevância para este jogo.

Entretanto, há muitos modos de compreender as performances em *video games*. O uso deste conceito é tanto vantajoso quanto interessante para se questionar uma série de dimensões sociotécnicas presente na experiência midiática. Pensar tanto no jogo como nas performances que abundam na vida cotidiana, neste senso da onipresença enfatizado pelo ambiente midiaticizado em que vivemos, é saber que ambos – o jogar e a *performance* – fundamentam-se nas ações dos jogadores e, neste sentido, a *performance* fornece uma



maneira de olhar rica para a interpretação e desenvolvimento da cultura presente nos jogos e entretenimentos digitais.

REFERÊNCIAS

AARSETH, E. O Jogo da Investigação: abordagens metodológicas à análise de jogos. *Caleidoscópio*, Lisboa, n. 4, 2003, p. 9-23.

AARSETH, E. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. London/Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1997.

DONALDSON, S. Mechanics and Metagame: Exploring Binary Expertise in League of Legends. *Games and Culture*, London, v. 12, n. 5, 2017, p. 1-19.

FALCÃO, T. *Não humanos em Jogo. Agência e Prescrição em World of Warcraft*. Tese. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2014.

JAKOBSSON, P.; PARGMAN, D.; RAMBUSCH, J. Exploring E-sports: a case study of gameplay in counter-strike. In: *Proceedings of DiGRA International Conference, 2007*, Tokyo. Annual International Conference of DiGRA, 2007, v. 4, p. 157-164.

LOWOOD, H. High-performance play: The making of machinima. *Journal of Media Practice*, London, v. 7, n. 1, 2006, p. 25-42.

MACEDO, T.; VIEIRA, M. Muito além dos pixels: experiências de consumo e cultura material em *League of Legends*. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 14, n. 41, 2017, p. 146-170.

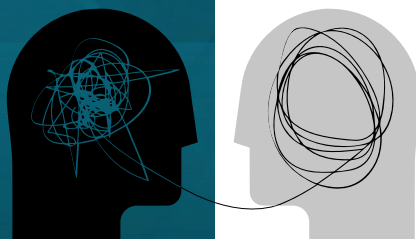
MACEDO, T.; VIEIRA, M. Dinâmicas do consumo de bens virtuais: práticas e valores no universo de *League of Legends*. *E-Compós*, Brasília, v. 21, n. 1, 2018, p. 1-26.

NEUENSCHWANDER, B. Playing by the rules: Instruction and acculturation in role-playing games. *E-Learning and Digital Media*, London, v. 5, n. 2, 2008, p. 189-198.

NITSCHKE, M. Performance. In: WOLF, M.; PERRON, B. (ed.). *The Routledge Companion of Video Game Studies*. New York: Routledge, 2014, p. 388-396.

PRZYBYLSKI, A.; RIGBY, S.; RYAN, R. A motivational model of video game engagement. *Review of General Psychology*, Washington, v. 14, n. 2, 2010, p. 154-166.

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge: MIT Press, 2003.



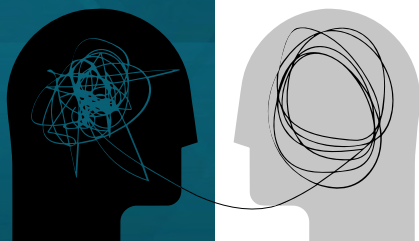
SCHECHNER, R. *Performance studies: an introduction*. 3 ed. New York: Routledge, 2013.

TAYLOR, T. *Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge/MA: MIT Press, 2012.

TAYLOR, T. Internet and Games. In: CONSALVO, M.; ESS, C. (ed.). *The Handbook of Internet Studies*. UK: John Wiley and Sons, 2011, p. 369-383.

THOMAZ, F.; CARDOSO FILHO, J. Playful Experiments: Conditions of “An Experience” in Touchscreen Games by a Non-Hermeneutic Perspective. In: VALENTINE, K.; JENSEN, L. (ed.). *Examining the Evolution of Gaming and Its Impact on Social, Cultural, and Political Perspectives*. Hershey/ Pennsylvania: IGI Global, 2016, p. 343-363.

THORHAUGE, A. The Rules of the Game – The Rules of the Player. *Games and Culture*, London, v. 8, n. 6, 2013, p. 371 -391.





10

Luis Fernando Herbert Massoni
Valdir José Morigi

REPRESENTAÇÕES, MEMÓRIA SOCIAL E COMUNICAÇÃO

DOI: [10.31560/pimentacultural/2021.854.169-185](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2021.854.169-185)

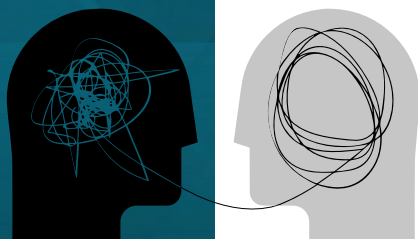
INTRODUÇÃO

Compreendemos que a constituição das memórias ocorre através da criação e do compartilhamento de representações, responsáveis por nutri-las e, ao mesmo tempo, sendo mantidas por elas. Nesse sentido, tecemos aqui uma articulação teórica entre os estudos sobre representações coletivas/sociais e os pressupostos do campo da memória coletiva/social, objetivando traçar uma linha de pensamento que aproxime tais estudos, apontando o papel da comunicação em ambas as teorias. Para tanto, lançamos mão de teóricos/as do campo das representações sociais, especialmente a partir da perspectiva de Serge Moscovici, articulando esse conceito com a memória social, a partir dos escritos de Maurice Halbwachs e outros autores do campo.

REPRESENTAÇÕES, MEMÓRIA SOCIAL E COMUNICAÇÃO: ARTICULANDO CONCEITOS

Para dar conta de compreender a vida do operário do século XIX e, assim, melhor analisar a estrutura social vigente na época, Émile Durkheim concebeu o conceito de “representações coletivas”, objetivando referir-se às formas de saber constituídas no âmago dos grupos sociais e que orientavam as ações dos indivíduos. Durkheim (1979) compreendia que a vida coletiva era feita de representações, que se distinguem dos demais fenômenos da natureza por características particulares e contrariam qualquer método ou os trata como se não existissem. As representações, para o autor, são responsáveis por orientar nossas práticas:

Aquilo que nos dirige não são as poucas ideias que ocupam presentemente nossa atenção; são, isto sim, os resíduos

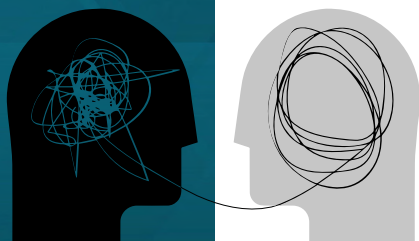


deixados por nossa vida anterior; são os hábitos contraídos, os preconceitos, as tendências que nos movem sem que disso nos apercebamos, são, em uma palavra, tudo aquilo que constitui nossa característica moral. (DURKHEIM, 1979, p. 20).

O autor também aponta para a autonomia das representações, pois, uma vez existindo, elas continuam a existir por si, independente do estado dos centros nervosos que as produziram na memória cognitiva. Segundo Durkheim (1979), as representações coletivas são exteriores às consciências individuais, pois não derivam dos indivíduos isoladamente, mas da cooperação deles. Assim, na fusão do fenômeno social, as características individuais são neutralizadas e apagadas, restando apenas as propriedades mais gerais da natureza humana.

Aproximadamente um século após os postulados de Durkheim, sua teoria é repensada no campo da Psicologia Social e ganha uma nova roupagem, mais preparada para compreender as dinâmicas de uma sociedade industrializada, em que fenômenos como a informação e a comunicação atravessam as representações e as transformam constantemente. Estamos nos referindo ao conceito de “representações sociais” proposto por Moscovici (2003) na década de 1960, importante teoria para pensarmos os processos sociais de produção do conhecimento. O autor se debruçou sobre o “poder das ideias” que orienta as práticas sociais a partir das concepções de mundo compartilhadas pelo senso comum, forma de conhecimento geralmente relegada pela ciência.

Preocupado em compreender como os grupos sociais constroem visões sobre o mundo que os cerca, o autor elaborou o conceito de representações sociais, que seriam sistemas de valores, ideias e símbolos responsáveis por ordenar nossa ação no mundo material e social. As representações convencionalizam e categorizam objetos, pessoas e acontecimentos, possibilitando a comunicação entre os membros de uma sociedade, ao mesmo tempo em que compõem nossa realidade e a representam. As representações, na concepção

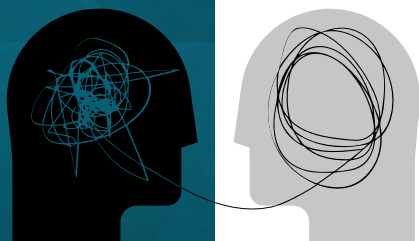


moscoviana, classificam o mundo, codificando e nomeando os fenômenos com os quais nos deparamos no cotidiano.

Para Moscovici (2003), as representações são fenômenos, meios pelos quais recriamos a realidade, estruturas dinâmicas que operam relações e comportamentos, valendo-se menos da razão do que da memória e da convenção social. As representações estão presentes em nosso cotidiano e influenciam diretamente nossas atitudes perante o outro e o ambiente, além de nossos modos de ser e estar. O autor da Teoria das Representações Sociais (TRS) desejava desvendar de que modo construímos um mundo estável e previsível, ainda que sua origem advenha de uma sociedade diversa.

Aprofundando a perspectiva Moscoviana, Denise Jodelet aproxima a TRS do conceito de memória, compreendendo a representação social como uma produção mental com o objetivo de preencher a ausência de um objeto que não está presente (objeto aqui compreendido como coisas, pessoas, grupos, fenômenos, etc.). Na visão de Jodelet (2001), a percepção dos sujeitos sobre determinado objeto é crucial na construção das representações, influenciada por processos de simbolização e interpretação.

Abordar os sujeitos no campo das representações sociais é referir-se a dimensões físicas e cognitivas, levando-se em consideração a subjetivação inerente à compreensão das representações que os sujeitos, sejam individuais ou coletivos, atribuem aos objetos que constituem seu meio social e material (JODELET, 2009). Os sujeitos, na concepção da autora, não podem ser concebidos como indivíduos isolados, mas como atores sociais ativos, constantemente afetados por diferentes aspectos da vida cotidiana, através das comunicações que estabelecem com os grupos sociais. Assim, compreende-se como a memória é importante na formação das representações, na medida em que: do ponto de vista do sujeito, ele constrói representações a partir das impressões que mantem em sua memória; do ponto de



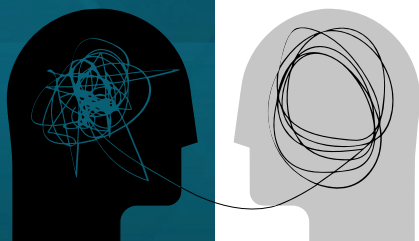
vista social, as representações só emergem em grupo porque há uma memória coletiva responsável pelo compartilhamento de impressões entre os sujeitos.

Esse compartilhamento de impressões, por sua vez, ocorre através da comunicação. Moldando as informações que produzimos e compartilhamos uns com os outros, as representações constituem a comunicação humana, pois, conforme Gerard Duveen, as representações estão presentes na mídia que lemos e olhamos, inserindo-se em nosso cotidiano, sendo estruturadas e transformadas pela comunicação. O ato comunicativo se caracteriza por fluxos informacionais, possibilitando a dialogicidade necessária à construção das representações.

As representações são sempre um produto da interação e comunicação e elas tomam sua forma e configuração específicas a qualquer momento, como uma consequência do equilíbrio específico desses processos de influência social. Há uma relação sutil, aqui, entre representações e influências comunicativas [...]. (DUVEEN, 2003, p. 21).

A TRS reserva à comunicação um lugar de destaque, embora seu papel seja controverso: ao mesmo tempo em que as representações podem ser o produto da comunicação, sem elas, não há comunicação (DUVEEN, 2003). As práticas comunicativas mantêm as representações em circulação e permanente transformação, alterando a estabilidade de sua organização e estrutura, em um contexto no qual novas práticas comunicativas propiciam a emergência de novas representações.

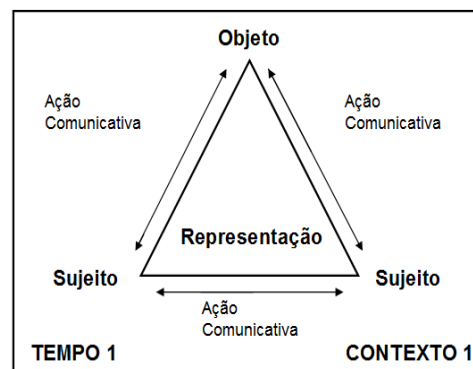
Também refletindo sobre essas relações, Sandra Jovchelovitch nos lembra da ideologia que permeia as representações, que são utilizadas em disputas de poder, comunicando as representações com o objetivo de influenciar opiniões. Isso torna as representações heterogêneas, por serem fruto das tensões entre os diferentes sujeitos sociais, que reorganizam o mundo através de novas formas de representar o representado (JOVCHELOVITCH, 2008). Para a autora, as representações são constituídas sob a influência dos estoques prévios



de representações, com ideias pré-existentes sobre o representado, sendo criadas em esferas públicas destradicionalizadas, em que há o confronto decorrente da diversidade, onde o novo é característica cotidiana, por isso são abertas e instáveis.

A autora afirma que as representações são construídas a partir do *status* e do posicionamento dos interlocutores dos processos comunicacionais, os laços emocionais e as assimetrias entre eles (JOVCHELOVITCH, 2008). As representações nos apresentam uma visão sobre o passado, mas também influenciam em nossas práticas futuras, pois se fundam na memória do passado e são construídas em um contexto presente que orienta as decisões. Assim, conforme Jovchelovitch (2004), elas envolvem: produtores e sujeitos do saber, com suas identidades, interesses, acesso a recursos e poder; meios de produção do saber e as relações sociais entre as pessoas e seu ambiente social e natural; e os produtos e objetos do saber, quais sejam os objetos físicos ou abstratos que constituem o meio ambiente simbólico e material de uma comunidade humana. Assim, a produção e a recepção das representações são mediadas, estando a representação social imersa em uma ação comunicativa (JOVCHELOVITCH, 2004), conforme observamos na Figura 1.

Figura 1 – Os Elementos Constitutivos e o Modo de Produção das Representações



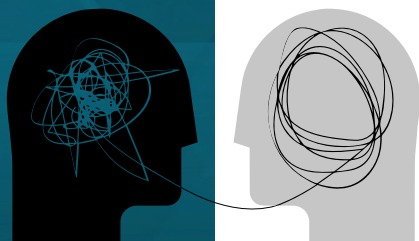
Fonte: Jovchelovitch, 2004, p. 23.

A representação ocorre através do vínculo entre os sujeitos e o objeto representado, sendo que cada sujeito cria sua representação, que é modificada de acordo com as comunicações estabelecidas. A autora compreende que a representação não se faz nos cantos do triângulo, mas no “entre” dos elementos que o constituem, compondo uma estrutura de mediação na qual o trabalho comunicativo constrói símbolos através dos sentidos e significados atribuídos (JOVCHELOVITCH, 2004). Por óbvio, tudo isso ocorre em um tempo e contexto definidos, como consta na figura.

Esses contextos jamais podem ser desconsiderados, pois é a partir deles que as representações podem ser compreendidas. A esse respeito, Vera França acredita que elas estão intimamente ligadas ao contexto histórico e social através da reflexividade, produzidas a partir de processos sociais, dinamizando e condicionando nossas práticas sociais. Conforme França (2004), observar o contexto requer atentar-se à história do local, o que explica certas representações que muitas vezes reforçam ideias pré-concebidas. Por sofrerem permanentes alterações na sua dimensão simbólica e em suas formas concretas de manifestação, elas tornam-se menos claras, objetivas e identificáveis. A comunicação atua nesse fenômeno, pois ela

[...] é esse processo em que imagens, representações são produzidas, trocadas, atualizadas no bojo de relações; esse processo em que sujeitos interlocutores produzem, se apropriam e atualizam permanentemente os sentidos que moldam seu mundo e, em última instância, o próprio mundo. (FRANÇA, 2004, p. 23).

Na perspectiva da autora, a comunicação é uma troca, interação e situação comunicacional inerente à relação, que é mediada discursivamente, produzindo sentidos a partir do contexto relacional. Essa perspectiva aproxima-se bastante das questões apontadas por Jovchelovitch (2004), conforme figura acima apresentada, tanto que França (2004) destaca os conceitos de “mediação” e de “representação

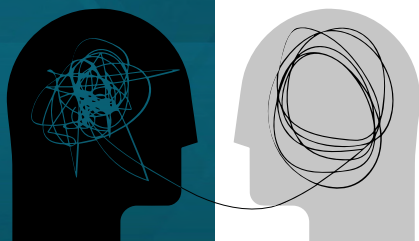


social” na constituição de sua teoria sobre a comunicação. Conforme a autora, a representação não é algo claro, objetivo e identificável, pois sofre permanentes alterações na sua dimensão simbólica e nas suas formas concretas de manifestação (aparição sensível). Já a mediação diz respeito às nossas práticas sociais e à forma como nos inserimos na cultura, na história e no cotidiano.

Assim, compreendemos que a representação tem sua dimensão simbólica alterada pelos contornos que lhe damos em nossas ações comunicativas, que também são as formas pelas quais ela se manifesta. A comunicação, para França (2004), tem seu papel enquanto constituinte das mediações e das representações e sua abordagem diz respeito à apreensão desse movimento de constituição.

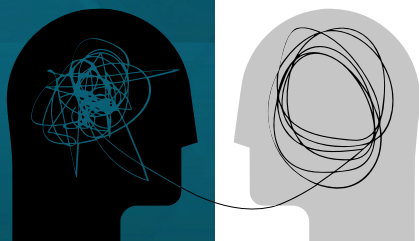
Em sua aproximação entre a representação social e o campo da memória, José Francisco Valencia (2005) explica que ambos se desenvolveram a partir do questionamento de visões epistemológicas estáticas e de formas individualistas e simplistas de compreensão das dinâmicas sociais. Ambos se desenvolveram a partir do campo da Psicologia, inicialmente com uma perspectiva individualista que, quando dava conta do social, opunha-o ao individual, como se indivíduo e coletividade fossem duas categorias distintas e independentes. O autor explica que, na perspectiva dos psicólogos, o *ato de memória* era tido como um processo psicológico ou artifício cognitivo com a função de auxiliar o indivíduo na retomada da informação do passado, tal como ela ocorreu, atribuindo à memória uma função de instrumento preciso de recuperação, com força evocativa inquestionável.

Nesse ponto, identificamos uma problemática a ser pensada: a memória como “resgate” do passado. Esse é um viés que hoje já não encontra respaldo nos estudos em memória social, pois compreendemos que lembrar é sempre um processo de atribuição de novos significados, ou seja, é olhar para o passado com as lentes do presente, tendo em vista um futuro desejado. O ato de lembrar, em



si, é sempre permeado por limitações, imperfeito por natureza, pois o passado não pode ser simplesmente restituído, tendo em vista que toda reconstrução é sempre marcada pela dúvida. Assim sendo, não há espaço para “resgates”, na medida em que os acontecimentos do passado não podem ser reconstruídos na sua integralidade, pois nada sobrevive de forma intacta à passagem do tempo. Tudo muda e se transforma de acordo com os novos acontecimentos e seus contextos e o que sobra são os fragmentos, os vestígios, os rastros, os resíduos que podem ser acessados através das representações ou lembranças individuais e coletivas. Entretanto, quando pesquisadas, elas dão conta apenas de visões parciais dos acontecimentos, versões de uma narrativa sobre o ocorrido, pois nunca o regeneram completamente em sua integridade, pois a memória é dinâmica e não pode ser cristalizada.

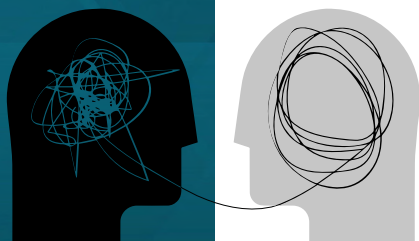
Não é à toa que essa perspectiva se mostrou insuficiente já na década de 1930, pois o próprio Henri Bergson, filósofo precursor dos estudos contemporâneos de memória, já a compreendia como relativa, um lugar de encontro entre passado e presente, tendo a memória o papel de prolongar o passado no presente (VALENCIA, 2005). Cabe lembrar, também, que Bergson inspirou seus estudos em Durkheim (1979), que já no século XIX tecia apontamentos sobre o papel da memória cognitiva na construção das representações, compreendendo que era um equívoco reduzir a memória a apenas um fator orgânico. Ele afirmava que a memória era responsável por preservar as representações passadas e que o ato de rememoração não consistia em uma criação nova e original, mas em uma nova manifestação perante a claridade da consciência. Ainda assim, cada nova lembrança era um fenômeno absolutamente novo, configurando-se em uma sensação original, não restando exatamente aquilo que ocorreu inicialmente. Seguindo nessa perspectiva, os estudos de Maurice Halbwachs evidenciaram que a memória era atividade construtiva, lembrando o passado por meio de marcos compartilhados para sua compreensão – os quadros sociais da memória.



Imbuído das ideias de Bergson do ponto de vista filosófico e de Durkheim do ponto de vista sociológico, Halbwachs (1990) estudou os problemas do nível de vida e da evolução das necessidades sociais a partir da observação de uma camada social específica: os operários. O autor propôs o conceito de “memória coletiva”, compreendendo que existiam tantas formas de viver e de se relacionar com os bens materiais quantos os grupos sociais. Estes teriam uma “memória coletiva” que asseguraria a conservação desses modos de viver, embora essa memória não impedisse que as mudanças ocorressem nos grupos face aos contextos econômicos e sociais.

A concepção de representações coletivas de Durkheim (1979) e o conceito de memória coletiva de Halbwachs (1990) possuem uma origem em comum: o estudo dos operários e das suas práticas sociais, visando compreender o que havia por detrás das estruturas que os mantinham unidos enquanto grupo social. Esses indivíduos, mesmo que relativamente heterogêneos, pois cada um possuía anseios e desejos próprios, compartilhavam de representações em comum que estavam enraizadas em uma memória coletiva responsável por gerar uma coesão social importante para a manutenção desse grupo e de suas condições de trabalho.

A partir da explanação do conceito de Halbwachs, percebemos que o autor já compreendia a sociedade como um organismo vivo, no sentido de que está aberta às mudanças e é justamente por isso que se faz necessária a memória coletiva: assegurar a manutenção dos laços sociais que, de outro modo, poderiam enfraquecer-se com o tempo. Nas palavras do autor, “[...] se pode falar de memória coletiva quando evocamos um fato que tivesse um lugar na vida de nosso grupo e que víamos, que vemos ainda agora no momento em que o recordamos, do ponto de vista desse grupo.” (HALBWACHS, 1990, p. 41). Nossas vidas, nessa perspectiva, só podem ser pensadas a partir das comunicações (práticas comunicativas) e das interações que estabelecemos uns com

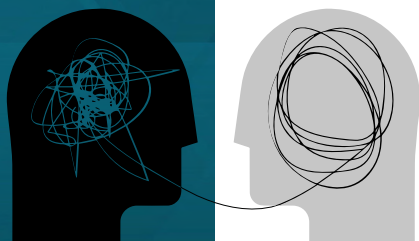


os outros, pois nos caracterizamos essencialmente pelo nosso grau de integração no tecido social, daí o fundamento do conceito de memória coletiva: nunca estamos sós.

No primeiro plano da memória de um grupo se destacam as lembranças dos eventos e das experiências que dizem respeito à maioria de seus membros e que resultam de sua própria vida ou de suas relações com os grupos mais próximos, os que estiveram mais frequentemente em contato com ele. (HALBWACHS, 1990, p. 51).

Compomos grupos sociais (família, amigos, faculdade, trabalho, futebol, etc.) e, mesmo quando fisicamente distantes deles, somos regidos por suas regras e agimos como se ao seu lado estivéssemos. Ou seja, mesmo quando estamos sós fisicamente, emocionalmente não o estamos, pois continuamos orientando nossos comportamentos de acordo com os grupos dos quais fazemos parte. Não é o indivíduo em si ou alguma entidade social que recorda, pois ninguém pode se lembrar realmente a não ser em sociedade, pela presença ou pela evocação, portanto recorrendo aos outros ou a suas obras. Em outras palavras, a memória coletiva existe porque carregamos uns aos outros em nossas mentes e em nossos corações.

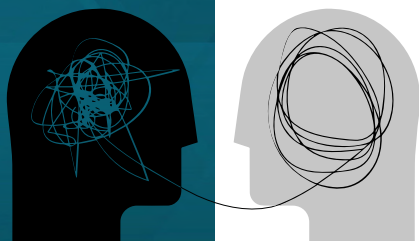
Além disso, lembramos que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva. Para Halbwachs (1990), compartilhamos lembranças em comum com outras pessoas, que nos ajudam a recordá-las e nos voltamos a elas para melhor recordar: adotamos seus pontos de vista, entramos em seus grupos, dos quais continuamos a fazer parte, e experimentamos sua influência, encontrando em nós mesmos muitas das ideias e modos de pensar que não possuiríamos sozinhos. Para o autor, é comum que imagens impostas pelo meio em que vivemos modifiquem a impressão que guardamos de um fato.



É muito comum atribuímos a nós mesmos, como se apenas em nós se originassem, as ideias, reflexões, sentimentos e emoções que nos foram inspiradas pelo grupo social. [...] já não sabemos onde está o ponto de partida das vibrações, se em nós ou nos outros. (HALBWACHS, 1990, p. 64).

Do mesmo modo, a representação, seja coletiva (DURKHEIM, 1979) ou social (MOSCOVICI, 2003), é maior do que as representações individuais e as influencia, mas ela não se trata simplesmente de uma soma de representações individuais. Em vez de soma, ela pode ser interpretada como síntese, na medida em que é o atravessamento das representações individuais que forma as representações coletivas/sociais e não apenas a sua junção. Além disso, os autores também compreendiam que não era possível apontar onde começa uma representação e a outra acaba, pois elas se interpenetram no curso contínuo de representações (DURKHEIM, 1979). Esse aspecto é fundamental para entendermos a premissa de que uma representação nunca é isolada, ela sempre é mantida e reforçada por outras representações, estando em permanente interação com elas. As representações são suscetíveis de agir umas sobre as outras, combinando-se conforme as leis que lhes são próprias.

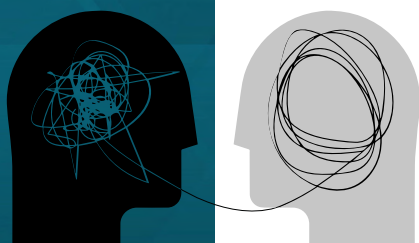
Indivíduos que compartilham de representações em comum não necessariamente possuem as mesmas concepções sobre os fenômenos representados, pois não compartilham conteúdos e significados em sua totalidade, uma vez que o que as representações proporcionam é a dialogicidade entre os membros do grupo social (MOSCOVICI, 2003). Do mesmo modo, Halbwachs (1990) compreende que os indivíduos que compõem um determinado grupo social não partilham de todos os elementos da memória coletiva formada, pois cada um se apropria de forma diferente dela, como se em cada sujeito houvesse resquícios da memória compartilhada, mas nenhum deles a detém em sua completude.



Quando pensamos as relações e as aproximações entre representações e memória, precisamos considerar que as representações sociais engendram, ao mesmo tempo, flexibilidade e estabilidade, permanência e mudança, sempre dependentes do passado, através da ancoragem, mas sem jamais deixarem de se modificar a partir dos diferentes contextos (VILLAS BÔAS, 2015). A memória opera por caminhos semelhantes, ao proporcionar a estabilidade necessária à permanência do grupo social, sem, no entanto, engessá-lo em torno da sacralização de um passado a ser simplesmente memorado.

A partir das concepções durkheimianas, passamos a perceber uma sinonímia entre representação coletiva e memória coletiva, uma perspectiva que reduzia a memória a um arquivo de representação. Entretanto, Jô Gondar (2016) salienta que essa perspectiva é um equívoco, pois a representação não dá conta dos processos microssociais. Para a autora, reduzir a memória a um campo de representações é desprezar as condições processuais de sua produção. Nessa concepção, memória social é um processo no qual as representações são apenas uma parte: aquela que foi cristalizada e legitimada em uma coletividade. A autora faz um apontamento importante, mas convém destacar que ela se refere apenas à representação na concepção durkheimiana, não abordando a perspectiva moscoviana que, como visto anteriormente, a confere um caráter menos estático e homogêneo. De qualquer forma, o argumento da autora de que memória e representação não são sinônimos nos parece válido.

Memória e representação são fenômenos complementares, na medida em que um depende do outro para existir. De acordo com Eduardo Ismael Murguia (2010), os estudos sobre memória individual centralizam-se nas representações que os sujeitos fazem do passado, ao passo que os estudos sobre memória coletiva focam na negociação realizada para a construção de uma memória

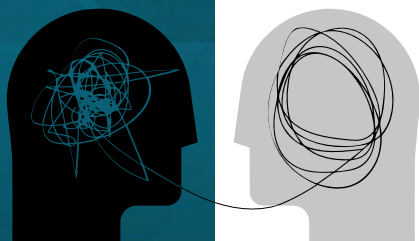


que faz uso do passado para a criação de uma identidade coletiva. Nesse sentido, a representação está a serviço da memória e da construção de discursos, necessária à coesão social desejada pela identidade coletiva.

[...] a memória seria uma espécie de cordão que amarraria nossos atos e pensamentos, permitindo uma continuidade que, ao longo de um período de tempo, articulasse nossa existência. Existência no sentido de podermos construir um *eu* racional, capaz de perceber nossa própria individualidade. Assim, presentificando o passado de forma contínua e constante, somos capazes de lembrar acontecimentos, ideias, fisionomias, etc. vivenciados recentemente, ou num passado remoto, permitindo a formação de pensamentos e a experiência de sentimentos. (MURGUIA, 2010, p. 19).

De acordo com o autor, o próprio pensamento é constituído pela representação da linguagem, sendo a memória uma representação de algo longínquo no espaço e no tempo. A memória se utiliza de imagens cristalizadas através de representações, mas se distingue da imaginação porque é possível lembrar ou esquecer apenas do que existe ou existiu – ou pelo menos assim acreditamos. Já a imaginação, mesmo que às vezes utilize-se de vivências passadas, remete a um futuro, a um poder-ser (MURGUIA, 2010). O caráter imaginativo compõe a memória, assim como compõe a representação, o que enaltece o valor da memória enquanto fruição e lugar de manifestação de nossos desejos.

Salientamos que os processos de exclusão e seleção de memórias estão relacionados às representações construídas pelos sujeitos envolvidos – ou nas representações que eles, voluntária ou involuntariamente, desejam perpetuar. No âmbito da TRS, encontram-se conceitos que se aproximam do que o campo da memória social compreende como *esquecimento* e *silêncio*. Termos como *não-dito* e *zona muda*, por exemplo, dão conta das ausências que identificamos nas narrativas que circulam socialmente.

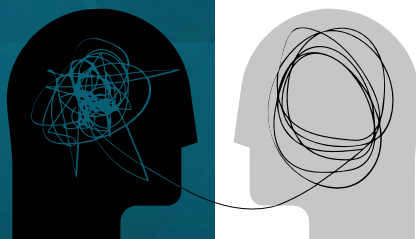


Em seu estudo sobre a ausência em mapas mentais, Ana Carolina Dias Cruz e Angela Arruda (2008) salientam que a temática do ausente já era pensada desde o livro germinal de Moscovici, *A Representação Social da Psicanálise*, em que o autor concebia que a ausência permitia compreender como valores morais dos grupos atuavam na seleção do que compõe sua representação. Conforme as autoras, termos como *não-dito* e *zona muda* foram posteriormente utilizados por Denise Jodelet e Jean Claude Abric, para se referir aos “[...] elementos das representações que dificilmente aparecem nos discursos por não coincidirem com as normas sociais ou por ameaçarem o grupo de alguma forma” (CRUZ; ARRUDA, 2008, p. 802). Para as autoras, as ausências podem ter diversas funções, mas justamente por estarem escondidas, identificá-las requer um esforço metodológico.

Ou seja, em nossas práticas comunicacionais, aquilo que não é comunicado passa a compor as zonas-mudas ou os não-ditos das representações, o que, do ponto de vista da memória, reforçaria esquecimentos. Nesse sentido, a definição do que lembrar e do que esquecer é expressa em nossos processos comunicativos, pois são nossos discursos e narrativas que visibilizam ou invisibilizam assuntos, pessoas, objetos ou quaisquer outros fenômenos que poderíamos compartilhar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As representações são enquadramentos do mundo que utilizamos para formar nosso conhecimento. Cognitivamente, apreendemos porque classificamos os objetos, as pessoas e os demais fenômenos que nos circundam. Isso auxilia no processo de ancoragem, pois somos capazes de alocar um objeto estranho em uma determinada categoria e etiquetá-lo a partir de esquemas



já conhecidos. Esses esquemas, ao serem compartilhados com o grupo social, constituem nossas representações sociais. Além disso, as representações são responsáveis pela construção e mediação de nossas memórias, sendo armazenadas nelas em forma de informações, estando posteriormente disponíveis para serem lembradas ou esquecidas, susceptíveis ao passar do tempo e às vontades. Essas vontades influenciam nossos discursos e conformam a memória, que só é social porque é comunicada.

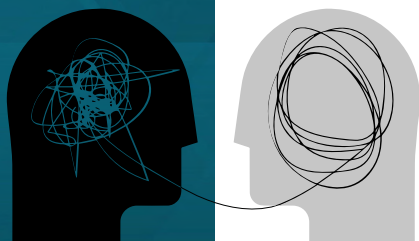
Assim, as mediações dos sentidos que realizamos no cotidiano se articulam com nossas práticas comunicacionais, às quais são fundamentais para formar e reforçar as memórias que compartilhamos enquanto grupo social. As representações sociais possuem um percurso em comum com as memórias sociais e ambas só se perpetuam e se transformam porque são comunicadas.

Entretanto, percebe-se a necessidade de estudos teóricos e empíricos que ampliem essas aproximações entre representações, memória social e comunicação, principalmente diante das apropriações das informações difundidas pelas mídias digitais e a velocidade dos fluxos informacionais na atualidade. Assim, podemos compreender os fenômenos comunicacionais cotidianos e as novas articulações de forma dinâmica, de acordo com as transformações dos tempos e dos contextos socioculturais.

REFERÊNCIAS

CRUZ, A. C. D.; ARRUDA, A. Por um estudo do ausente: a ausência como objetivação da alteridade em mapas mentais do Brasil. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 789-806, jul./dez. 2008.

DURKHEIM, É. Representações individuais e representações coletivas. In: DURKHEIM, É. *Sociologia e Filosofia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1979. p. 15-49.



DUVEEN, G. Introdução: o poder das ideias. In: MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 7-28.

FRANÇA, V. R. V. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, M.; GOMES, R. C.; FIGUEIREDO, V. L. F. *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-RIO; Aparecida: Ideias & Letras, 2004. p. 13-26.

GONDAR, J. Cinco proposições sobre memória social. *Morpheus*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 15, p. 19-40, 2016.

HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

JODELET, D. O movimento de retorno ao sujeito e a abordagem das representações sociais. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 24, n. 3, p. 679-712, set./dez. 2009.

JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (Org.). *As representações sociais*. Rio de Janeiro: UERJ, 2001. p. 17-44.

JOVCHELOVITCH, S. *Os contextos do saber: representações, comunidade e cultura*. Petrópolis: Vozes, 2008.

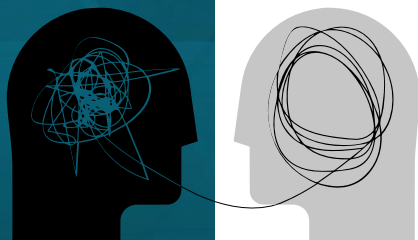
JOVCHELOVITCH, S. Psicologia social, saber, comunidade e cultura. *Psicologia & Sociedade*, v. 16, n. 2, p. 20-31, maio/ago. 2004.

MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

MURGUIA, E. I. A memória e sua relação com arquivos, bibliotecas e museus. In: MURGUIA, E. I. (Org.). *Memória: um lugar de diálogo para arquivos, bibliotecas e museus*. São Carlos: Compacta, 2010. p. 11-32.

VALENCIA, J. F. Representações sociais e memória social: vicissitudes de um objeto em busca de uma teoria. In: SÁ, C. P. de (Coord.). *Memória, imaginário e representações sociais*. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005. p. 99-119.

VILLAS BÔAS, L. História, memória e representações sociais: por uma abordagem crítica e interdisciplinar. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, v. 45, n. 156, p. 244-258, abr./jun. 2015.





11

Priscila Gayer

DELINEAMENTOS DAS PESQUISAS SITUADAS NO INTERSTÍCIO ENTRE TURISMO E COMUNICAÇÃO

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.186-207

INTRODUÇÃO

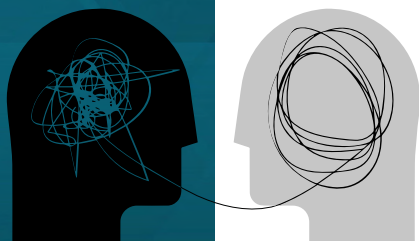
O objetivo geral dessa pesquisa reside em apresentar um panorama acerca das pesquisas realizadas no interstício entre os campos de estudo do turismo e da comunicação. Como objetivo específico, buscou-se identificar os temas e objetos de análise recorrentes.

DISCUSSÃO TEÓRICA

Parte-se da premissa de que comunicação e turismo constituem dois campos científicos com perspectivas epistêmicas, teóricas e empíricas historicamente construídas e institucionalizadas de formas singulares, que os caracterizam por particulares modos de problematizar a realidade na busca de apreender os objetos científicos que lhes são próprios e que os constituem enquanto campos científicos.

A conjunção entre ambos os campos pode ser vislumbrada no conceito de comunicação turística proposto por Rudimar Baldissera (2010a; 2010b). Para compor essa formulação conceitual, o pesquisador apresenta o entendimento de comunicação enquanto relação tecida entre sujeitos ou organizações, a qual pode ser mediada por diferentes linguagens e suportes instituídos em contextos discursivos/comunicacionais formais e informais, e na qual residem relações de poder que permeiam os processos de construção de sentidos postos em disputa nessas interações. A partir desse pressuposto conceitual,

A comunicação turística é toda comunicação que se realiza no âmbito das relações de turismo, em seus diferentes processos, suportes e contextos, ou seja, compreende a comunicação que, de alguma forma e em algum nível – formal e/ou informalmente

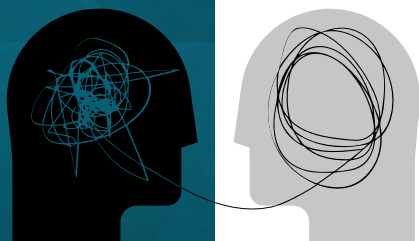


–, atualiza/materializa sentidos relativos às ideias e às práticas de turismo (BALDISSERA, 2010a, p. 68).

Ao ser guiado pelo paradigma da complexidade, a proposição teórica de Baldissera (2010a) sobre a comunicação turística explicita um posicionamento epistêmico tanto no nível geral do conhecimento científico, quanto na dimensão aplicada e específica do campo da comunicação. Esses níveis são destacados por Martino (2003), que salienta a importância de associar as correntes epistemológicas aplicadas na construção de um pensamento comunicacional às vertentes gerais das ciências sociais. Em consonância, Baldissera (2010a) observa que as vertentes teóricas da comunicação podem oferecer contribuições em nível epistêmico, teórico e prático para a abordagem da comunicação turística. No entanto, a busca por essas contribuições implica em escolhas e posicionamentos investigativos bem definidos diante da pluralidade com que a comunicação é epistemologicamente abarcada.

Diante das múltiplas visões sobre a comunicação, Braga (2016) pondera que o entendimento de comunicação, por vezes, permeia o âmbito do senso comum e ressalta a importância de desenvolver o rigor científico frente a evidências imediatas. Por exemplo, a aferição sobre a condição comunicacional do humano é exposta na análise de Lúcia Santaella (2001), a qual permite compreender a forma como a comunicação permeia a vida social através da linguagem e das demais tecnologias.

Ora, o ser humano sempre foi por natureza um ser simbólico, ser de linguagem e de comunicação. Comunicar-se, portanto, não é novidade para o humano. Então, onde está a novidade? Ela só pode estar na multiplicação crescente e acelerada dos meios de que o ser humano dispõe para criar, registrar, transmitir e armazenar linguagens e informações (Baylon & Mignot, 2003, apud Santaella, 2001, p.13).

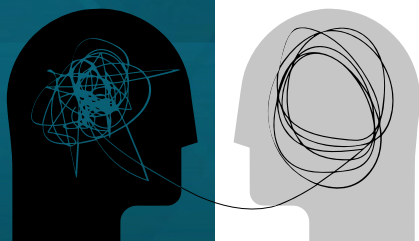


Através do trecho acima, é possível trazer para o debate a questão da convencionalidade com que a comunicação se apresenta no cotidiano e, diante desse fato, Santaella (2001) aponta o olhar investigativo para as formas, suportes e meios através dos quais ela se realiza. A problemática que se revela está voltada para a tentativa de escapar de uma abordagem empirista e generalista acerca da comunicação. Assim, em um primeiro momento, o desafio de definir o seu objeto exigiria compreender como essa passou a ser apreendida e problematizada em um movimento dialético entre teoria e prática (FRANÇA, 2010).

A modernidade transformou a comunicação em problema [...] A resposta ao desafio é a apreensão e a conformação desses estímulos [a comunicação na sua manifestação cotidiana prática] na forma de um “objeto” recortado; é a transformação do problema sentido em problema formulado; é construir desse problema um objeto de conhecimento. (FRANÇA, 2010, p.46)

Ainda que haja o avançar das discussões, não se chegou em um consenso sobre o objeto da comunicação (VASSALLO DE LOPES, 2003; MARTINO, 2003; FRANÇA, 2003). Em parte, esse entrave é resultante da falta de clareza nas discussões sobre a separação do objeto que caracteriza a disciplina em relação aos objetos empíricos passíveis de análise nesse contexto (MARTINO, 2003), os quais foram elencados a partir das disputas de diferentes correntes e instituições, que historicamente marcaram os estudos da comunicação (VASSALLO DE LOPES, 2003; MARTINO, 2003).

Nesse ponto, alguns pesquisadores consideram que os objetos empíricos historicamente estudados não deveriam caracterizar a comunicação enquanto ciência (FRANÇA, MAIA, 2003). Contudo, na proposta de Martino (2010; 2016) a comunicação mediada por técnicas e tecnologias ganha centralidade dos estudos, uma vez que os meios de comunicação ou as tecnologias do simbólico marcariam predominantemente o conjunto de objetos de estudo da

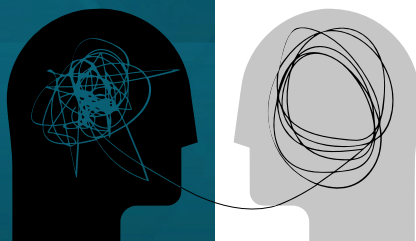


comunicação, para além da condição comunicacional interacionista e intersubjetiva do humano, tendo em vista a historicidade das características dos estudos constituintes da construção do conhecimento do campo da comunicação.

Ao âmbito voltado para os meios técnicos e midiáticos também não escapa o turismo, pois através desses objetos empíricos o turismo se constrói e se revela enquanto prática social possível a partir da sua inserção em processos comunicacionais, cujos sentidos também são movimentados pelas mídias. No que se refere às tecnologias que sustentam os processos comunicacionais no contexto das viagens, Carlos Marcos Avighi (1992) demonstra, ao longo de um percurso histórico, como os diferentes meios de comunicação impulsionaram as viagens através das informações disseminadas e dos imaginários construídos a partir das relações entre os sujeitos e as redes de comunicação. O autor apresenta como a literatura de viagem⁶³, produzida sob as técnicas da imprensa e dos guias de viagem, interveio na organização simbólica e na sensibilização para as viagens do século XIX. Afirma, ainda, que até a contemporaneidade o turismo é indissociável da comunicação. Destaca a importância do surgimento da fotografia na ilustração das informações turísticas e jornalísticas no século XIX, bem como da criação do cartão-postal. Nesse mesmo resgate histórico, também fica evidente que o desenvolvimento do turismo foi fomentado pelas facilidades advindas da disseminação das informações de viagem.

O turismo do século XIX dependia cada vez mais dos avanços nos sistemas de reprodução gráfica. Multiplicavam-se os guias

63 Thompson (1995; 1998) descreve como crucial para a transmissão cultural os novos meios técnicos para fixação de mensagens surgidos em meados do século XV, sendo suas primeiras publicações em formato de livros e manuscritos. Observa que essa nova tecnologia transformara o poder simbólico e político, na medida em que descentralizava as comunicações do Estado e da Igreja. Sustenta o autor que antes da imprensa, as redes de comunicação eram organizadas sob outros processos: tais como encontro entre comerciantes e viajantes em tavernas; as comunicações do Estado e da igreja; e os sistemas voltados para o comércio, desempenhado basicamente pelas casas comerciais e bancos.

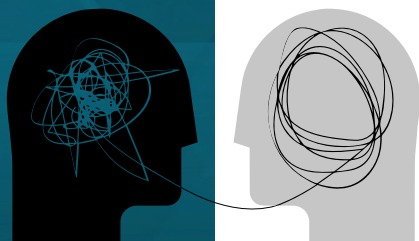


impressos, as tabelas de transporte, os mapas, enfim, um material de comunicação que facilitava o deslocamento do turista e, acima de tudo, constituía um forte apelo às viagens (AVIGHI, 1992, p.24).

De acordo com o mesmo autor, a construção do olhar sobre o outro foi instigada pela mundialização das informações no século XIX, gerando a curiosidade sobre as culturas não europeias (AVIGHI, 1992). A construção do olhar sobre o que é turístico, que acaba por iluminar o outro e o exótico, é atravessada pela comunicação. John Urry (2001) aborda as transformações históricas ocorridas na conformação do olhar do turista com intuito de compreender as relações entre práticas cotidianas e as rupturas proporcionadas pela viagem. Assim, sobre o desejo de se colocar em movimento em busca de realidades diferentes, o autor observa os meios de comunicação como um dos fatores inerentes ao fomento das práticas turísticas.

Os lugares são escolhidos para serem contemplados porque existe uma expectativa, sobretudo através dos devaneios e da fantasia, em relação a prazeres intensos [...] tal expectativa é construída e mantida por uma variedade de práticas não-turísticas, tais como cinema, a televisão, a literatura, as revistas, os discos e os vídeos, que constroem e reforçam o olhar (URRY, 2001, p.18).

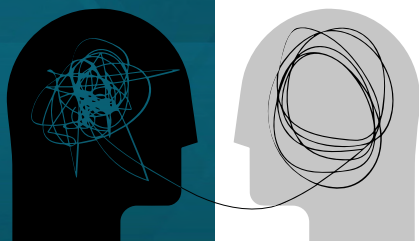
A criação das expectativas e dos sentimentos em relação aos destinos é observada por Gastal (2005). A pesquisadora afirma que há nos deslocamentos turísticos a presença de imagens e imaginários. Isso porque, conforme sustenta a autora, por meio de diferentes meios comunicacionais o sujeito viajante já teria tido contato visualmente com o local a ser desvelado e se defrontaria com sentimentos despertados pela circulação de sentidos e imaginários sobre lugares, objetos e pessoas difundidos na ampla rede de informação e comunicação. Nesse contexto, Moesch (2000) e Gastal (2005) pesquisam a categoria de imaginário como elemento central nas relações entre turismo e comunicação. De acordo com



Moesch (2000), a partir das mídias o turista criaria antecipadamente um sistema de ilusões que o auxiliaria na escolha dos lugares que desejaria conhecer. Essa construção semântica e sensível é assim movimentada pelas tecnologias do imaginário, que também se inspiram em fontes imaginárias presentes no âmbito social para retroalimentar os sentidos comunicados (SILVA, 2003).

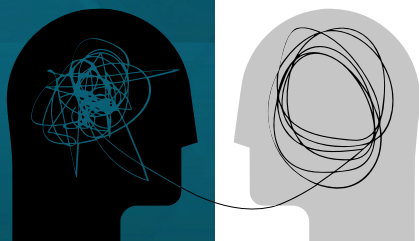
Contudo, a apropriação das mídias enquanto objeto empírico de análise usado na busca pela compreensão dos mais variados fenômenos não implica, necessariamente, em uma questão voltada para o processo comunicacional, no qual se inserem ou do qual são provenientes diversos fenômenos analisados, dentre eles o turismo. Braga (2016) argumenta que a mídia pode ser pesquisada no amplo escopo das ciências humanas e sociais, ainda que o tema central da pesquisa não esteja voltado para a análise dos processos comunicacionais. Propondo uma ressalva, Braga (2016) salienta que a comunicação pode ser apreendida nos mais amplos e diversificados contextos de interação social, já que essa não tem sua ocorrência restrita às mídias. Contudo, Braga (2016) argumenta que não basta ter as mídias como objeto hegemônico dos estudos em comunicação, a problemática sobre essas deve ser comunicacional. Por outro lado, Braga (2016) entende que a apreensão dos fenômenos por meio das mídias é propulsora dos estudos voltados para a midiatização e para os processos sociais, tendo no horizonte de pesquisa os processos interacionais midiatizados.

Em uma outra abordagem, Vera Veiga França (2003) segue a linha da comunicação enquanto interação, na qual os processos comunicacionais se dão através da dimensão relacional, por meio da qual ocorrem as trocas simbólicas. Sob essa perspectiva se amplificam as interações comunicacionais passíveis de serem trazidas para investigação científica. Assim, o impacto das diferentes possibilidades epistemológicas que envolvem o olhar comunicacional se revela sobre



o desvelamento da realidade social passível de ser estudada. Seguindo a linha de comunicação como interação, na dimensão empírica Baldissera (2010a) elenca diversas situações comunicacionais em que os sentidos que circunscrevem o turismo são lançados em circulação através da comunicação turística, os quais resumidamente podem ser observados nas relações tecidas na esfera da sociabilidade, durante as experiências intersubjetivas inscritas na temporalidade cotidiana do destino visitado (através da interlocução entre os sujeitos do turismo, sejam eles turistas, trade especializado ou comunidade local em geral) e, em outras temporalidades e espacialidades fora desse contexto, sustentados através de diferentes suportes midiáticos (blogs, sites especializados, revistas, propagandas, produtos culturais e midiáticos, tais como o cinema, séries e documentários).

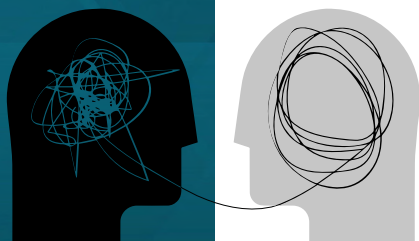
É possível inferir, que as diferentes vertentes epistemológicas aplicadas à comunicação legitimam a pluralidade com que os aspectos comunicacionais do turismo têm sido abordados a partir de diferentes objetos e relações empíricas; também, direcionam o ponto de partida desde onde os problemas emergem. Essas relações se revelam empiricamente ora na comunicação intercultural e intersubjetiva resultante do encontro com o outro, o qual é propiciado em um contexto facilitado pela mediação da oferta turística (WAIMBERG, 2003), situação que muitas vezes é relegada aos estudos antropológicos. Nessa mesma processualidade temporal da experiência turística, a comunicação está presente enquanto aquilo que sustenta o consumo tribal da experiência turística (MOESCH, 2000); Maffesoli (apud ASHTON, 2007) insere a comunicação no âmbito do convívio e da experiência tribal na medida em que parte da ideia do compartilhamento de um sentimento comum ou de uma esfera sensível, nas quais a comunicação é possível através do verbal e do não-verbal, sendo relevante o sentido coletivo da ação. Ashton (2007) resgata essa perspectiva de comunicação, alicerçada na ação situada no presente e na experiência vivida, para afirmar que o despertar pela comunhão de estar junto mobiliza os sujeitos em



direção à experiência turística, que se concretiza no nível do convívio social e potencializa as relações de comunicação. Nesse contexto são destacadas as festas, as procissões, a comunhão em torno dos hábitos alimentares, onde as imagens vivenciadas em conjunto fazem parte da construção desse sentimento comum (ASHTON, 2007).

Ainda, deve-se considerar as discussões que tratam das estratégias de visibilidade dos destinos e produtos turísticos, que destacam de modo pragmático a comunicação como uma ferramenta essencial na motivação dos fluxos turísticos e, conseqüentemente, a elevam a uma das dimensões que possibilitam e conformam a existência do turismo. Isso posto justamente porque, conforme concebe Baldissera (2010a; 2010b), o destino passa a existir socialmente e a ser desejado a partir dos processos comunicacionais e dos sentidos negociados entre produtores e consumidores do turismo. Reforçando o pensamento que entrelaça a visibilidade gerada pela comunicação à possibilidade de existência do turismo, Lipovetsky e Serroy (2011, p.83) defendem que “o que não dá imagem e não é midiaticizado não existe, e isso até nas ilhas desertas, nos paraísos solitários, que as agências de viagem oferecem”.

Essa premissa se sustenta, também, na observação de Gastal (2005) ao afirmar que as imagens e os imaginários que irão compor as representações e signos a serem comunicados acerca de um destino turístico devem ser pensados desde o planejamento turístico. Se por um lado, o olhar comunicacional evidencia as formas de circulação e produção simbólica nas suas variadas materialidades expressivas, considerando as tensões políticas presentes nesses processos em torno do simbólico, por outro viés, é necessário compreender as relações recursivas-hologramáticas entre as lógicas de desenvolvimento do turismo e a comunicação (GAYER, 2005). Na construção dessas representações e signos sobre os destinos e suas comunidades, encontram-se premissas mercadológicas de segmentação que desconsideram, no processo

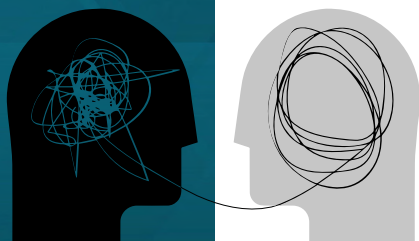


interpretativo de recorte sobre os espaços e as culturas locais, tanto a complexidade imputada pelas categorias de espaço urbano e de território associadas ao destino turístico (GAYER, 2008), quanto a identidade multifacetada do sujeito consumidor (HALL, 2003). Essa racionalidade globalizante do turismo acaba por atravessar as narrativas presentes nos materiais de comunicação turística, envoltas no conceito de atrativo turístico, que foi historicamente construído e sistematizado academicamente (GAYER, 2008).

Ao analisar documentos veiculados no âmbito da comunicação turística entre 1930-1955, com intuito de verificar as transformações da imagem turística do Uruguai, Cunha et al. (2012) salientam a importância da atuação dos diferentes meios de comunicação no desenvolvimento do turismo. No que tange a capacidade da comunicação produzir e espelhar os valores socioculturais que envolvem o fazer turismo, esses pesquisadores justificam a análise dos materiais comunicacionais uma vez que neles pode se compreender o desenvolvimento dos destinos e suas características em termos das práticas sociais, das formas de consumo e de diferenciação social. Na pesquisa fica evidente que os meios de comunicação são atravessados pela dimensão social ao passo em que a produz. Ainda, as práticas e os valores que envolvem o fazer turístico também são construídos historicamente e, atualmente, devem ser considerados em um contexto marcado pela mediação da cultura moderna, conforme termo cunhado por Thompson (1995, p. 12):

Entendo com isso o processo geral através do qual a transmissão das formas simbólicas se tornou sempre mais mediada pelos aparatos técnicos e institucionais das indústrias da mídia.

Nesse sentido, as reflexões dos autores apresentados materializam no e a partir do campo do turismo o que observa Thompson (1995), desde o campo da comunicação, sobre a produção contemporânea das formas simbólicas que conformam o tecido social, o que aqui se coloca especificamente em relação às práticas associadas ao turismo. Para o autor, as formas simbólicas em geral



já não estão mais restritas ao contato face-a-face e à comunicação interpessoal, mas são cada vez mais possíveis através da mediação das tecnologias e produtos culturais midiáticos, que deslocam essas formas simbólicas no tempo e no espaço, situando o consumo em contextos alheios.

Para além da questão em torno da visibilidade, também é possível questionar-se sobre como são propostas e negociadas, por meio da comunicação turística, as práticas de consumo e os valores que circundam o fazer turismo enquanto ação social imbuída de sentidos construídos e acordados através das interações sociais. De outra forma: considerando o turismo enquanto uma ação social, na medida em que é envolto por significados, como a sua conformação deve compreendida diante das disputas⁶⁴ semânticas possíveis por meio das interações simbólicas e comunicacionais que emergem no fenômeno turístico, tanto na pré-experiência, na qual a cultura local das destinações é deslocada no espaço e tempo através da comunicação turística, quanto no momento vivencial da experiência turística, na qual os sentidos pré-produzidos devem voltar a circular. Essa circularidade semântica, resultante das interações comunicacionais produzidas em diferentes tempos e espaços e por diversos suportes e linguagens, deve ser balizadora para a compreensão da comunicação turística e só pode ser iluminada quando o olhar do pesquisador está situado no interstício entre comunicação e turismo.

Esses exemplos demonstram a contribuição do olhar comunicacional para problematizar o turismo, mas também destacam a necessidade de compreensão do turismo para que essas relações recursivas-hologramáticas sejam apreendidas a partir dos seus tensionamentos. Ao mesmo passo em que há a emergência da construção de um ponto de vista comunicacional e de como objetos empíricos podem ser trazidos à luz e problematizados sob essa perspectiva disciplinar, concomitantemente deve-se considerar a

64 Pensando a comunicação enquanto disputa de sentidos a partir de Rudimar Baldissera (2010a)

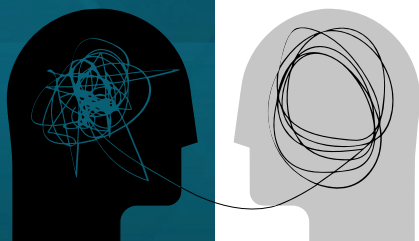
importância de um movimento transdisciplinar, o qual é salientado por Morin (2015) ao criticar a premissa de unidade contida na ciência positivista, que se esboça na burocratização e delimitação dos campos disciplinares. É nesse sentido que afirma o autor: “o objeto não deve somente ser adequado à ciência; a ciência deve também ser adequada ao seu objeto” (MORIN, 2015, p.53). Portanto, com intuito de apresentar um panorama sobre as pesquisas realizadas nesse lugar inter e transdisciplinar em que se dá o encontro entre turismo e comunicação, no próximo capítulo serão apresentadas a problematização e a metodologia que permitem desvelar esse cenário.

METODOLOGIA, CORPUS E ANÁLISE

A presente pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva, de cunho quantitativo e qualitativo. A Análise de Conteúdo foi utilizada como ferramenta de análise no levantamento e compreensão de como se entrelaçam ao turismo os temas ou subáreas de pesquisa associadas à comunicação e como essas configuram as decorrentes aplicações investigativas iluminadas no entre olhar sobre os objetos construídos no interstício entre turismo e comunicação. Aí reside a proposta de pesquisa: apresentar um panorama acerca das pesquisas realizadas no interstício entre os campos de estudo do turismo e da comunicação, tendo como objetivo específico identificar os temas e objetos de análise recorrentes.

A Análise de Conteúdo está voltada para análise de comunicações, constituindo um conjunto de técnicas quantitativas e qualitativas. De acordo com Bardin (2011), a Análise de Conteúdo permite analisar os significados textuais ou orais, a conceituando enquanto

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou



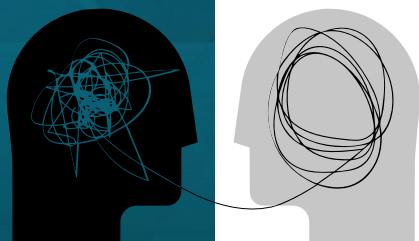
não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens (BARDIN, 2011, p.48)

De modo geral, a análise de conteúdo possui três fases: a primeira diz respeito à análise prévia para seleção do material (descrita acima); a elaboração optativa de hipóteses; a criação de indicadores ou índices (elementos do texto) a serem analisados (IKEDA, 2005).

Nessa pesquisa exploratória, na primeira fase de seleção do material, o corpus de análise foi formado pelo conjunto de artigos disponibilizados na plataforma Publicações de Turismo (EACH-USP), na qual estão indexadas 40 revistas científicas especializadas em turismo, totalizando 11.972 artigos disponibilizados até janeiro de 2020. O corpus foi definido a partir do mecanismo de busca, tendo como referência a palavra comunicação existente nos resumos, resultando em 393 artigos filtrados. O recorte temporal compreende o período de 1990 a 2019, o qual contempla o primeiro registro existente na plataforma e a última publicação de 2019. Diante desse conjunto, foram coletados os resumos, as palavras-chave, os objetos analisados, os métodos empregados e os problemas de pesquisa ou objetivos.

Diante do corpus a ser estudado, deve-se realizar o tratamento e descrição dos dados, podendo resultar em uma classificação ou enumeração das características do objeto de análise (BARDIN, 2011). Nesse sentido, juntamente com a descrição e classificação dos dados coletados para a presente pesquisa, foi possível qualificar um conjunto de artigos elegíveis para análise, considerando sua efetiva inserção no interstício entre turismo e comunicação. Para isso, foram analisados os problemas e objetivos propostos. Assim, de um universo de 393, foram qualificados para análise 136 artigos.

No processo de descrição, foi feita a classificação dos artigos em teórico (33) ou teórico-aplicado (101) e elencou-se os objetos analisados, sistematizados conforme tabela abaixo. No que diz respeito ao método, nem todos os artigos com pesquisa aplicada deixavam



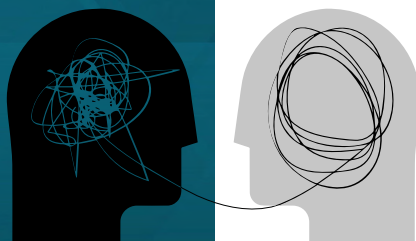
clara a metodologia utilizada e, por isso, optou-se por desconsiderar o conjunto de dados relativos ao método.

Tabela I

OBJETOS DE ANÁLISE	N
Dados coletados por meio de Observação Participante	6
Dados coletados por meio de Pesquisa de Campo	1
Documentos	11
Dados coletados por meio de Entrevistas	26
Dados coletados por meio de Questionários	31
Dados coletados por meio de Grupos Focais	2
Material Bibliográfico	2
Produtos Midiáticos (Sites)	25
Produtos Midiáticos (Mídias Sociais)	12
Produtos Midiáticos (Dispositivos/Aplicativos Móveis)	4
Produtos Midiáticos (Jornais/Reportagens)	6
Produtos Midiáticos (Filmes)	3
Produtos Midiáticos (Publicidade)	6
Produtos Midiáticos (Fotografia)	3

Fonte: autora

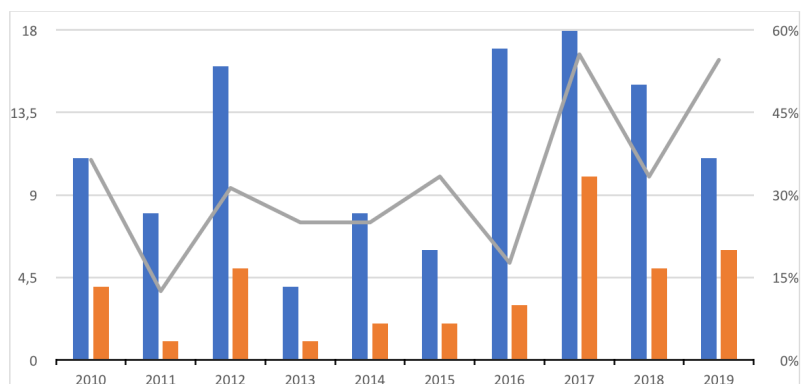
Vale ressaltar que mais de um objeto pode ter sido analisado em uma mesma pesquisa e, por esse motivo, há um total de 138 ocorrências dentro de um universo de 101 estudos teórico-aplicados. A partir desses dados, é possível observar que 43% (59) dos objetos analisados são produtos midiáticos, o que solicita uma análise mais profunda acerca da discussão teórica voltada para a caracterização dos objetos de análise tipicamente estudados no campo da comunicação e que historicamente conformam e caracterizam esse campo de estudo. Esse aprofundamento deve verificar, ainda, se os estudos no campo do turismo tratam de problemas eminentemente comunicacionais, ou apenas usam as mídias como materialidades através das quais é possível compreender outras questões sociais,



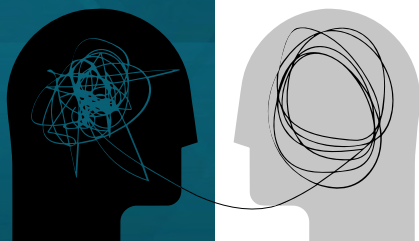
culturais, históricas, etc. Contudo, os dados preliminares permitem descrever que as pesquisas analisadas não restringem seus objetos de análise aos produtos midiáticos.

Com intuito de verificar se a popularização da internet e a facilidade de acesso às mídias digitais/virtuais caracterizaram o desenvolvimento das pesquisas, o gráfico abaixo foi elaborado considerando o período de 2010 a 2019, onde estão historicamente situados 84% (114) das publicações qualificadas. A série 1 enumera os artigos totais por ano, a série 2 elenca o número de objetos de análise relacionados a produtos midiáticos digitais/virtuais (Sites, Mídias Sociais e Dispositivos Móveis) e a série 3 indica o percentual que esse conjunto de objetos digitais/virtuais representa no total de artigos publicados no ano. Pelos dados, é possível identificar um aumento desses objetos de análise nos anos de 2017 e 2019 para um patamar de 50%, destacando-os enquanto materiais de pesquisa em relação aos anos anteriores. Vale ainda um aprofundamento teórico acerca do desenvolvimento histórico das mídias, com intuito de compreender como essas foram se transformando em digitais e virtuais, impactando nos objetos de pesquisa na mesma medida em que o próprio produto midiático se encontra em transformação.

Gráfico 1



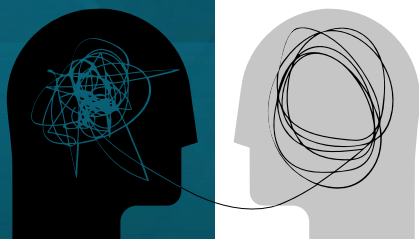
Fonte: autora



Bardin (2011) destaca que a classificação temática representa uma das práticas mais comuns da análise de conteúdo. Nesse sentido, as pesquisas foram classificadas a partir da abordagem aplicada e a vertente teórica relacionada. É certo que algumas categorias são teoricamente englobadas por outras, mas essas identificações foram feitas de acordo com a apropriação semântica aplicada nos resumos e os subtemas existentes. Alguns estudos foram classificados em mais de uma categoria. Essas categorias iluminam, em certa medida, onde se concentram as problemáticas de pesquisa. Contudo, deve-se ressaltar que uma análise aprofundada sobre os problemas, objetivos de pesquisa e as vertentes epistemológicas deve ser feita em uma segunda etapa, com intuito de averiguar se há o desenvolvimento de um olhar comunicacional ou características próprias ao olhar que vem se desenvolvendo no entre espaço da comunicação e do turismo. É nesse sentido que essa primeira análise se configura como exploratória e como base para uma pesquisa sequencial.

Tabela II

CATEGORIA	N
TICs	27
Marketing	25
Comunicação organizacional	24
Promoção	20
Imagem	17
Mídias sociais	13
Marca	11
Canais de distribuição	8
Informação	7
Identidade	6
Comunicação pública	5
Publicidade	5
Cinema	4



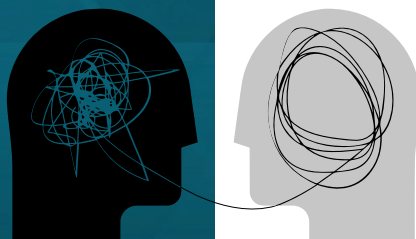
Comunicação integrada	4
Imaginário	4
Jornalismo	4
Sinalização turística	4
Usabilidade	4
Dispositivos Móveis	4
Representações Sociais	3
Semiótica	3

Fonte: autora

Objetivando analisar a correlação entre as categorias identificadas, fez-se a seguinte matriz, na qual é possível observar a associação entre as categorias em que as pesquisas foram classificadas. As Tecnologias de Informação e da Comunicação (TICs), o marketing e os canais de distribuição aparecem com certa sinergia. A área de marketing também está vinculada fortemente à ideia de promoção. Os enfoques sobre a comunicação organizacional estão direcionados para as ações de marketing, promoção e o uso das mídias sociais. Os estudos de imagem se entrelaçam com as pesquisas de marca.

Tabela III

CATEGORIA	Marketing	Com. Org.	Promoção	Imagem	Mídias Sociais	Marca	Canais de distrib.	Informação
TICs	8	5	5	1	1	2	8	5
Marketing		5	10	2	3	3	1	0
Comunicação organizacional	5		5	0	5	1	1	1
Promoção	10	5		0	3	1	2	0
Imagem	2	0	0		0	4	0	0
Mídias Sociais	3	5	3	0		0	1	0
Marca	3	1	1	4	0		0	0



Canais de distribuição	1	1	2	0	1	0		0
Informação	0	1	0	0	0	0	0	
Identidade	0	1	0	2	0	2	0	0

Fonte: autora

Por fim, no processo de descrição dos dados foi utilizado o programa Iramuteq, que permite realizar análises estatísticas visuais sobre corpus textuais sob a perspectiva na análise de conteúdo. O grupo de termos associados foi feito a partir da seleção das palavras com mais de 20 ocorrências, catalogadas pelo sistema com base nos resumos dos artigos elegíveis.

Dentre os conjuntos destacados no esquema acima, pode-se inferir que há a associação das tecnologias da informação à comunicação, visível no quadro azul e esse destaque vem ao encontro com a categorização feita anteriormente, onde 27 artigos foram classificados no enfoque das TICs. A comunicação, quando associada ao adjetivo turístico encontra o universo do marketing, das estratégias de promoção e divulgação e da imagem, especialmente voltando-se para os destinos turísticos e não especificamente para as organizações ou para o mercado de produtos e serviços. A proeminência da palavra organização e mercado ficam associadas às TICs. O destaque em vermelho, com a palavra turismo em proeminência, denota a apropriação do turismo enquanto um fenômeno a ser estudado/pesquisado/analísado a partir de variadas metodologias e demonstra que a comunicação, talvez, não seja discutida a partir de seus pressupostos teórico-metodológicos.

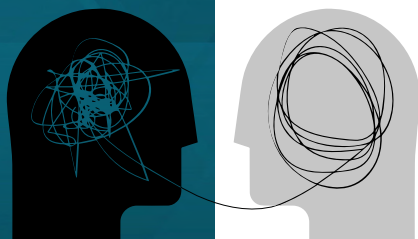
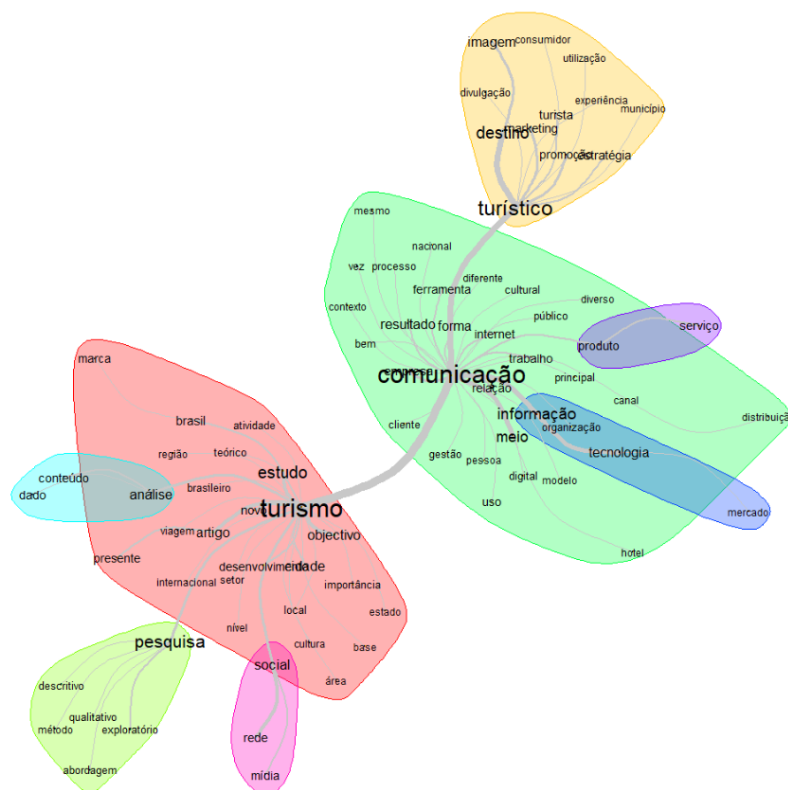


Gráfico II



Fonte: Iramutec

Em se tratando de um estudo exploratório-descritivo, o objetivo aqui foi alcançado, na medida em que se conseguiu descrever as associações e enfoques dados pelos estudos feitos na interface dos campos de estudo da comunicação e do turismo. Pela descrição pode-se compreender como os interesses de pesquisas vão configurando o olhar do turismo sobre a dimensão comunicacional do fenômeno. Ao passo em que essas áreas são iluminadas, deve-se refletir quais aspectos não listados ou não articulados podem ser explorados nesse interstício entre turismo e comunicação.

Por fim, através da apresentação descritiva foi possível levantar possíveis hipóteses a serem aprofundadas em uma segunda etapa de pesquisa, que deve visar igualmente a análise dos problemas de pesquisa utilizando como balizadores os resultados aqui descritos.

REFERÊNCIAS

ASHTON, Mary Sandra Guerra. Comunicação e Turismo: possibilidades de conhecimento. In: Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 6, n. 11, jan./jun. 2007, p.99-107;

AVIGHI, Carlos Marcos. Turismo e Comunicação: estudo do turismo na história da comunicação do século XIX. Revista Turismo em Análise. V. 3 N. 2 (1992). p.22-33

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Turística. In: Rosa dos Ventos, UCS, Caxias do Sul, v.1/n1 jan./jun. 2010(B), p.6-15

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação turística: a comunicação das Secretarias Municipais de Turismo da Rota Romântica, Vale do Sinos e Vale do Paranhana (RS). In: Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 17, jan./jun. 2010(A), p.67-83

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. São Paulo, Brasil: Edições 70, 2011.

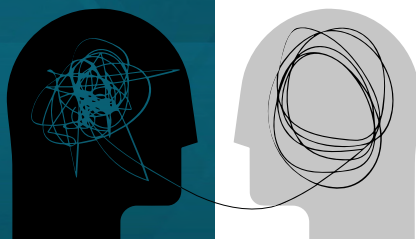
BRAGA, José Luiz. Perspectivas para um conhecimento comunicacional. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). Epistemologia da Comunicação no Brasil: trajetórias autorreflexivas. São Paulo: ECA-USP, 2016, p.123-142

CUNHA, Noeli; CAMPODONICO, Rosana; MARONNA, Monica; DUFFAU, Nicolas; BUERE, Gabriel; Visite Uruguay: del balneario al país turístico. Montevideo: Ediciones de la banda oriental, 2012.

Fausto Neto, A. (2016). Trajetos de pensar em companhia. In M. I. V., Lopes (Eds.). Epistemologia da comunicação no Brasil: trajetórias autorreflexivas (pp. 123-142). São Paulo, SP/Brasil: ECA-USP.

FERRARA, Lucrécia D' Alessio. Epistemologia da Comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2003, p.55-68

FERRARA, Lucrécia D' Alessio. Epistemologia da comunicação: asserção e indecisão. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). Epistemologia



da Comunicação no Brasil: trajetórias autorreflexivas. São Paulo: ECA-USP, 2016, p.143-158

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação/A comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio & MARTINO, Luiz C. (orgs.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2010, p.39-60.

FRANÇA, Vera Veiga; MAIA, Rousiley Maia. A comunicação e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos. In LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2003, p.187-204

FRANÇA, Vera Veiga; SIMÕES, Paula Guimarães. Interação. In: Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. FRANÇA, Vera Veiga; MARTINS, Bruno; MENDES, André Melo Mendes (ORG.). Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - PPGCom - UFMG, 2014. p.167-173

GAYER, Priscila. Desenvolvimento dos destinos e a comunicação: uma relação recursiva-hologramática. Anais XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação / Intercom, 2005.

GAYER, Priscila. Mediações culturais e a experiência turística no espaço urbano: formalidades do olhar turístico sobre a cidade de Buenos Aires (Dissertação de Mestrado), Programa de Pós Graduação em Turismo, UCS, Caxias do Sul, 2008.

IKEDA, Ana Akemi. Análise de conteúdo - uma experiência de aplicação na pesquisa em comunicação social. Comunicação e Inovação, dezembro de 2005, p. 5-13.

GASTAL, Susana. Turismo, imagens e imaginários. São Paulo: Aleph, 2005.

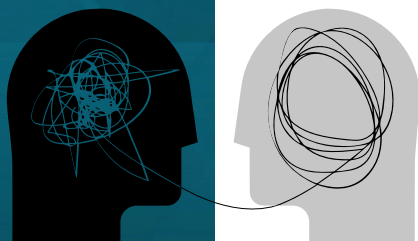
HALL, Stuart. A identidade cultural na Pós-modernidade. 8.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. 102 p.

LIPOVETSKY, Guilles; SERROY, J. A Cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Sobre o estatuto disciplinar do campo da comunicação In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2003, p.277-294

MARTIN-BARBERO, Jesus. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTINO, Luiz C. As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação. In LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.) Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2003, p.69-104



MARTINO, Luiz C. Epistemologia da Comunicação: um percurso intelectual. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). Epistemologia da Comunicação no Brasil: trajetórias autorreflexivas. São Paulo: ECA-USP, 2016, p.159-184

MARTINO, Luiz. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio & MARTINO, Luiz C. (orgs.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2010, p.27-38.

Martino, L. C. (2016). Epistemologia da Comunicação: um percurso intelectual. In M. I. V., Lopes (Eds.). Epistemologia da comunicação no Brasil: trajetórias autorreflexivas (pp. 159-184). São Paulo, SP/Brasil: ECA-USP.

MOESCH, Marutschka. A produção do saber turístico. São Paulo: Contexto, 2000.

MORIN, Edgar. Introdução ao pensamento complexo. Porto Alegre: Sulina, 2015

SANTAELLA, Lucia. Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorados. São Paulo: Hacker Editores, 2001

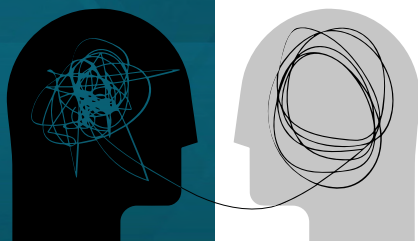
SILVA, Juremir Machado da. As tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2003.

THOMPSON, John. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

THOMPSON, John. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 3.ed. São Paulo: SESC, 2001.

WAIMBERG, Jacques. Turismo e Comunicação: a indústria da diferença. São Paulo: Contexto, 2003.





12

Gleilson Medins de Menezes
Gleides Medins de Menezes

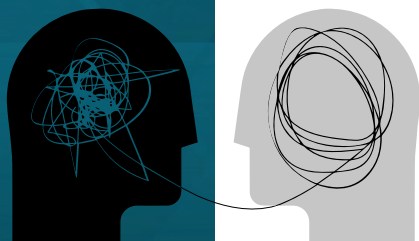
PROBLEMAS SOCIAIS INDÍGENAS EM CIDADES AMAZÔNICAS: uma breve análise contextual sobre a urbanidade da vida indígena no Amazonas

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.854.208-225

INTRODUÇÃO

Aspas, muitas aspas. É o que se pode esperar de uma tentativa de narrativa endógena holística e qualificada (e certamente mais verossímil) sobre os povos tradicionais amazônicos. A história “oficial” do Brasil apresenta a versão europeia da conquista das terras brasileiras (o “Ocidente Vencedor”). Narra o genocídio de nações indígenas como atos de bravura dos invasores. Nossos primeiros cronistas, foram os responsáveis por edificar “o que se sabe”, hoje, sobre a região amazônica, a partir das “conquistas” desses colonizadores “descobridores” (ou encobridores?). Os seus relatos regaram e ainda regam as linhas literárias que “desvelam” a Amazônia por toda sorte de livros didáticos em escolas e/ou bibliotecas espalhadas por este país, e claro, conseqüentemente, serve de retroalimentação para aquilo que sai na mídia de massa, “educando” dezenas de milhares de pessoas Brasil e mundo à fora. Essa “história oficial” destacou o estado brasileiro como tutor dos povos indígenas resistentes a dizimação. Enfatizou a necessidade de integração dos povos indígenas ao estado brasileiro frente ao “desenvolvimento” do país. Enfim, em meio ao processo de organização e reorganização da economia brasileira diante das crises do capital mundial, discute-se em diferentes períodos da história brasileira o direito sobre terras indígenas no Brasil, seja no meio político representativo da república, nos espaços acadêmicos ou em veículos de comunicação.

Entre os temas abordados pela sociedade brasileira está a autenticidade da identidade dos povos indígenas em contato com as tecnologias da sociedade envolvente. Os povos indígenas, por sua vez, têm se organizado em movimentos sociais distribuídos por todo país. Suas lideranças, mais recentemente, desde a década de 1970 vem intensificando a luta por direitos internacionais de valorização da vida sociocultural e econômica de seus povos em todo o mundo.

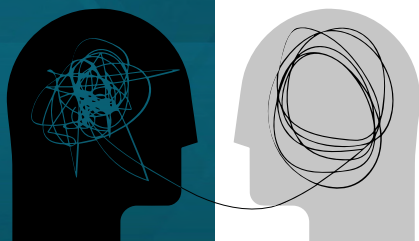


Os povos indígenas no Brasil em meio aos conflitos de interesse com o estado brasileiro, lutaram para assegurar o direito à terra, a territorialidade e dignidade humana de seus povos. O processo de demarcação das terras indígenas amparado na Constituição Federal de 1988 possibilitou o registro de cerca de 240 terras indígenas no país, sendo esta uma conquista da resistência sociocultural e política dos povos indígenas no Brasil.

Contudo, os enfrentamentos dos povos indígenas na defesa de suas terras não cessa. A luta é diária pela vida de crianças, mulheres, homens e idosos que tem suas terras visadas pelo agronegócio, pelas mineradoras, fazendeiros, cuja representação política tem crescido no senado da república brasileira. A expansão do capital no entorno das terras indígenas é um dos fatores que acentua migração de famílias indígenas para as metrópoles brasileiras. A fome, a miséria, são realidades em aldeias frente ao processo de urbanização dos espaços amazônicos.

O processo de migração indígena para as cidades ocorre por diversos fatores de motivação interna ou externa, motivações étnicas de troca de territórios à medida que faltam alimentos, religiosidades e crenças, etno-política, busca por educação escolar, tratamento de saúde, entre outras situações específicas de cada povo. Por conta disso, interessa-nos conhecer características destacadas por meio da pesquisa nas cidades amazônicas; aspectos da dinâmica social dos povos indígenas na cidade.

Os sites consultados foram: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE/Indígenas, Instituto Socioambiental – ISA; Jornal digital: Agência Brasil – EBC. Foram selecionados três artigos com maior aproximação do tema - problemas indígenas - em cidades amazônicas. A análise pautou-se na leitura de textos de autores da Antropologia, Geografia, História.



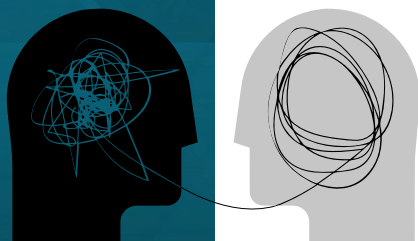
TERRA INDÍGENA

Para iniciar as considerações sobre a expressão “Terra Indígena”, faz-se necessário uma noção preliminar do que representa a terra para os povos indígenas, é relevante a leitura do fragmento de discurso de Viveiros de Castro (2017) proferido no colóquio “Questões indígenas: ecologia, terra e saberes ameríndios”, que aconteceu no Teatro Maria Matos, em Lisboa, no dia 5 de maio de 2017:

A terra é o corpo dos índios, os índios são parte do corpo da Terra. A relação entre terra e corpo é crucial. A separação entre a comunidade e a terra tem como sua face paralela, sua sombra, a separação entre as pessoas e seus corpos, outra operação indispensável executada pelo Estado para criar populações administradas. Pense-se nos LGBT, separados de sua sexualidade; nos negros, separados da cor de sua pele e de seu passado de escravidão, isto é, de despossessão corporal radical; pense-se nas mulheres, separadas de sua autonomia reprodutiva (VIVEIROS DE CASTRO, 2017, p. 08).

Viveiros de Castro (2017) destaca os constantes ataques do Estado brasileiro às formas de organização da vida dos povos indígenas. Assinala ainda que os indígenas foram os primeiros involuntários da pátria, pois os povos indígenas originários foram subjugados a uma pátria que não pediram. Sofreram a humilhação, doenças, morte, escravidão, tiveram suas terras roubadas. O povo brasileiro foi formado por involuntários da pátria, um contingente governado por governos que não nos representam.

Atualmente, a Constituição Federal brasileira de 1988, reconhece o direito dos povos indígenas sobre suas terras tradicionalmente ocupadas. Ainda assim, as ameaças a esse direito são constantemente defendidas pela bancada ruralista na assembleia federal e no senado da república brasileira. O artigo 231 da C.F/1988, reconhece que as terras indígenas são terras tradicionalmente ocupadas e habitadas pelos



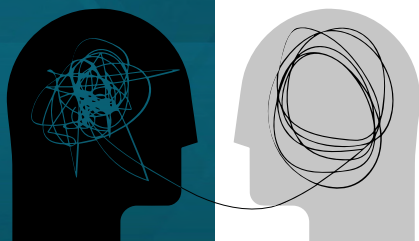
índios em caráter permanente, sendo utilizadas para realização de suas atividades produtivas, cuja conservação ambiental é imprescindível e necessária ao bem-estar de seus povos, para a reprodução física e cultural de seus costumes e tradições (BRASIL, 1988).

Segundo, Almeida (2004) a expressão “Terras tradicionalmente ocupadas” não é uma unanimidade no que concerne os direitos ao usufruto da terra por povos originários. Nas discussões da Assembleia Nacional Constituinte, cujo artigo 231 foi acima citado, havia os partidários da expressão “terras imemoriais”, de sentido historicista – período pré-colombiano, a intencionalidade era identificar “povos autóctones” e apoiar seus direitos à terra a partir do critério de naturalidade, sem uma exatidão de data. Esta última expressão foi vencida.

De acordo com Cavalcante (2016) que tem como referência as pesquisas de Manuela Carneiro da Cunha (CARNEIRO DA CUNHA, 1987; CARNEIRO DA CUNHA, 1993) foi no Estatuto do Índio que a expressão “Terra Indígena” apareceu pela primeira vez em leis nacionais, tratando-se de um conceito jurídico brasileiro para definição de direitos territoriais indígenas. Contudo, o Estado brasileiro munido de seu aparato estatal criou órgãos federais para atuar dentro das terras indígenas, a exemplo, o Instituto Serviço de Proteção ao Índio (SPI, 1910-1967) e mais recentemente a Fundação Nacional do Índio (FUNAI, 1967 - dias atuais).

Sobre documentos internacionais, Fajardo (2009) esclarece:

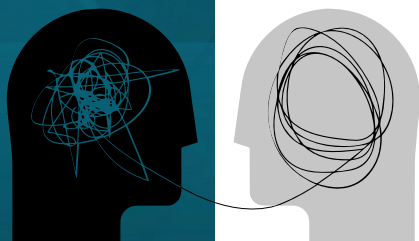
O Convênio 169 supõe um ponto de quebra do modelo de tratamento dos povos indígenas pelos Estados, ao reconhecer o seu direito de controlar as suas próprias instituições e definir suas prioridades de desenvolvimento, dando fim ao modelo de tutela indígena. Este Convênio teve um impacto muito importante no constitucionalismo latino-americano a partir da última década do século XX, inaugurando todo um ciclo de reformas constitucionais (FAJARDO, 2009, p. 11).



A Conferência Geral da Organização Internacional do Trabalho – Convecção 169 resultou em um relevante documento que marca o processo de transformação da sociedade rumo a valorização da contribuição indígena para a humanidade no que tange à sustentabilidade dos recursos naturais. Reconhece as formas próprias de trabalho dos povos indígenas, suas necessidades diferenciadas de educação, tratamento de saúde e organização social.

Entretanto, mesmo representando uma convenção importante em âmbito internacional, e construindo um instrumento legal consistente sobre os direitos fundamentais de povos indígenas, a gravidade dos problemas sociais decorrentes da invasão de terras indígenas, negação de direitos fundamentais a produção social vem afetando povos indígenas ao longo de 30 anos após a Convenção 169 (OIT, 2011, p. 08).

A luta pelos direitos indígenas é incessante, a terra não é apenas um espaço de poder. Para povos indígenas ela é meio de produção e reprodução da vida em todas as suas instâncias. Embora o Estado brasileiro, por meio de governos neoliberais, tente negar direitos indígenas no Brasil, os mais de 240 povos resistem e se organizam para a defesa nacional e internacional das diversas formas de vida que as terras indígenas vêm protegendo há milhares de anos. Em relação ao Estado do Amazonas as terras indígenas (T.I) concentram-se no interior do Estado. Manaus não dispõe de T.I em sua área de abrangência urbana. Os espaços habitados por famílias indígenas em Manaus resultam da luta pelo direito à habitação na cidade.

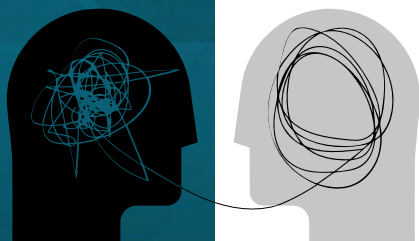


TERRITORIALIDADES INDÍGENAS EM CIDADES AMAZÔNICAS

Ao falar em Amazônias, se reconhece a pluralidade das diversas Amazônias. Na divisão política do território elas são: Amazônia Legal, Amazônia Oriental e Amazônia Ocidental, Região Amazônica – a Região Norte. De acordo com Nogueira (2007) cada Amazônia possui sua circunscrição espacial, destinada a determinados programas, o que evidencia o espaço político. Nogueira (2007) cita os livros de Berta Becker (1990), de Carlos Gonçalves (2000), Marilene Correa da Silva (1996) para chamar a atenção para as diversas Amazônias, caracterizando a Amazônia garimpeira, seringueira, ribeirinha, portuguesa, indígena, brasileira e etc. Neste artigo, a ênfase está na Amazônia Indígena.

Ao refletir sobre a presença indígena nas cidades amazônicas encontramos algumas expressões em artigos científicos, matérias jornalísticas e sites a serviço do governo brasileiro ou de ONGs nacionais e internacionais, sendo elas: indígenas urbanos, índios na cidade, indígenas nas cidades, aldeias urbanas, índios citadinos, entre outras similares. Artigos científicos produzidos por antropólogos, como Viveiros de Castro, Stephen Baines, por exemplo, abordam o tema “indígenas na cidade” com a intencionalidade de esclarecer que indígenas não perdem a identidade em decorrência de sua mobilidade ou mesmo construção de novas territorialidades.

Segundo Almeida (2004) a territorialidade funciona como fator de identificação, defesa e força de laços solidários e ajuda mútua, formando um conjunto de regras firmadas sobre uma base física considerada comum, essencial e inalienável, que pode perdurar por gerações. Neste sentido, a relação com as identidades coletivas



reunidas em unidades sociais não está reduzida em suas histórias e pode ser redefinida e interpretada como unidades de mobilização.

O quadro 1 indica algumas importantes definições de território e territorialidade:

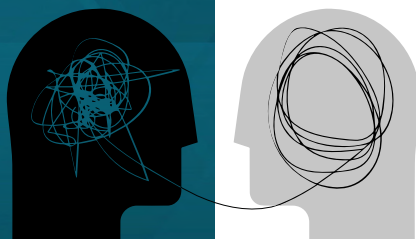
Quadro 1: Algumas definições sobre território e territorialidade.

Autores	Definição
Santos (2007, p. 14)	"o território não é apenas o conjunto de sistemas naturais e de sistemas de coisas superpostas; o território tem que ser entendido como território usado, não o território em si. É chão mais a identidade. É o lugar de trocas mais a ação humana". É a base material da sociedade. É dinâmico e constituído pelas relações sociais.
Bourdieu (2003)	Nos mostra que o território é uma categoria espessa que pressupõe um espaço geográfico apropriado. Essa apropriação (territorialização) enseja identidades (territorialidades) que estão inscritas em processos, por isso são dinâmicas e mutáveis, e materializa em cada momento uma determinada ordem, uma determinada configuração territorial, uma tipologia social.
Sack (1986, p. 216)	Territorialidade é uma expressão básica de poder, provê uma sociedade essencial de ligação entre sociedade, tempo e espaço [...] é o dispositivo geográfico por pessoas de construção de organização no espaço [...] não é nenhum instinto, mas uma estratégia complexa para afetar, influenciar e controlar o acesso de pessoas, coisas e relações.

Fonte: Bispo (2009).

Sobre as cidades amazônicas, Berta Becker (2013, p. 51) analisa:

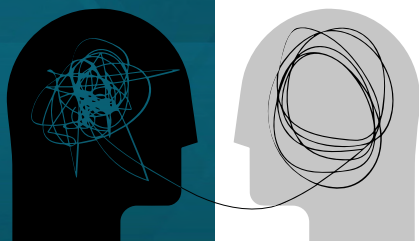
Núcleos urbanos surgiram ou foram criados a cada mudança de projeto para a Amazônia. Hoje, um novo padrão de desenvolvimento regional torna-se urgente, capaz de melhorar as condições de vida de suas populações e vencer as ameaças à sua sustentabilidade. Uma vez detectadas as razões do insuficiente dinamismo urbano, é essencial compreender os fatores que impulsionam a diversificação dos núcleos e o relativo sucesso econômico de alguns para a concepção e a implementação desse novo padrão. Cidades dinâmicas na Amazônia são poucas. Como visto, as que existem o são



sobretudo graças ao comércio associado a posições favorecidas quanto à circulação, aos recursos e a privilégios políticos. No caso das metrópoles, o dinamismo é devido a fluxos inter-regionais e internacionais e a uma indústria moderna, no caso singular de Manaus.

Berta Becker (2013) faz uma breve apreciação histórica da formação das cidades amazônicas sob um olhar geográfico e considera que a história da Amazônia evidencia uma expansão do sistema capitalista colonial por mais de um modelo do período de colonização a formação da república. O trabalho na cidade é indicado como o novo fundamento do dinamismo urbano e da expansão econômica, e neste sentido, dois termos são destacados: trabalho velho e trabalho novo. O trabalho velho é oriundo da cultura, da experiência tradicional dos povos indígenas e seu conhecimento dos recursos naturais da região. O trabalho novo surge a partir do trabalho velho indígena, combinando fatores de produção, nova apropriação da terra e logística de escoamento dos fluxos.

Loureiro (2012, p. 533) analisa a situação da Amazônia, hoje, como fronteira e considera a oscilação da exploração de recursos naturais de acordo com a demanda do mercado de commodities como a madeira, minérios, gado, dendê, palma, soja e outros produtos. Nesta fronteira, o campesinato não é mais protagonista. O mercado internacional determina e influencia a abertura de novos espaços de produção abrindo clareiras nas florestas, expulsando povos tradicionais de suas territorialidades ancestrais. Neste sentido, os governos não devem registrar nem contar as inúmeras perdas sociais como as formações de novas territorialidades em áreas periféricas urbanas, por exemplo. Os povos em migração atual têm tido perdas socioculturais provocadas pelo mercado mundial que promove a miséria de povos em áreas de interesse do capital mundial.

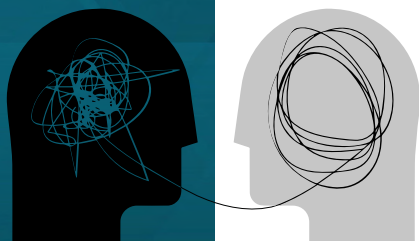


Loureiro (2012) assinala o quanto as populações amazônicas vêm sendo perseguidas pela expansão da fronteira em várias direções. A expansão da malha rodoviária nos territórios de Roraima, no extremo norte, limites com Rondônia e Acre, adentrando para o norte do Mato Grosso, sudeste do Pará. A construção de hidrelétricas como a de Belo Monte, Rio Xingu. Enfim, expansões de fronteira pensadas para beneficiar o desenvolvimento econômico, contudo, não consideram os impactos socioculturais decorrente dessas transformações que ameaçam a multiculturalidade dos povos que habitam essas territorialidades amazônicas.

PROBLEMAS SOCIAIS INDÍGENAS EM MANAUS - AM

De acordo com Maciel (2002) apud CORRÊA DA SILVA (2009), na cidade de Manaus encontram-se organizados vários grupos indígenas, sendo eles: Kambeba, Baré, Tikuna, Tukano, Kaniua, Sateré-Mawé, dentre outros. A respeito de alguns estudos sobre estes grupos indígenas, as universidades Ufam e UEA dispõem de dissertações e teses em seus bancos de dados de programas de pós-graduação.

Ainda assim, o que se conhece a respeito das famílias indígenas em espaço urbano ainda precisa ser mais aprofundado de acordo com as especificidades de cada povo em suas territorialidades urbanas. É preciso refletir sobre o desenvolvimento da Amazônia articulado aos determinantes impostos na atualidade pelo fenômeno da globalização e do neoliberalismo. Em Manaus a questão indígena se apresenta como questão social à medida que reflete a condição de pobreza e segregação social de indígenas em meio urbano (CORRÊA DA SILVA, 2009). Segundo o Instituto Socioambiental (ISA, 2018) o Censo Demográfico, IBGE 2010 dos 240 povos indígenas listados, soma-se



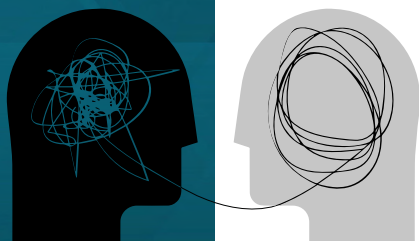
cerca de 896.917 pessoas. Destes 324.834 vivem em cidades. Os censos demográficos descrevem um panorama da distribuição dos povos indígenas pelo país e apresentam os territórios que precisam de políticas públicas em atenção as suas famílias.

De acordo com o censo demográfico entre 1991/2000 houve um crescimento de 10,8% ao ano da população que se declarou indígena, principalmente nas áreas urbanas do país, considerado um fenômeno atípico. Não há efeito demográfico que explique tal fenômeno. Muitos demógrafos atribuíram o fato a um momento de maior incentivo de políticas públicas governamentais para indígenas, rompendo alguns ciclos de invisibilidade indígena no país, favorecendo a busca de melhores condições de vida (IBGE, 2012).

O Censo Demográfico de 2010 destaca a presença indígena nas cidades e na região Norte. Boa Vista (RR), foi a cidade com maior população indígena, a 8ª cidade no ranking de cidades com maior população indígena, total de 6.072 (IBGE, 2012). Quanto a Manaus registra-se uma diminuição no número de pessoas autodeclaradas indígenas, com um total de 3.776 indígenas no censo de 2010, um percentual de quase 6.000 a menos em relação ao censo de 2000. De modo geral, comparando o censo demográfico de 2000 e 2010 evidencia-se uma redução da população indígena urbana em decorrência um crescimento da população indígena nas Terras Indígenas (IBGE, 2012).

Sobre a cidade a localização de Manaus, Ponte (2011, p. 105-106) assinala:

Manaus localiza-se na mesorregião do Centro Amazonense, na margem esquerda do rio Negro, sendo a maior cidade da região Norte do Brasil. É a cidade mais populosa da Amazônia, com uma população metropolitana de 2.210.825 habitantes de acordo com o IBGE (2010), a qual 1.802.014 residem na cidade (...). O Estado do Amazonas possui a maior população indígena

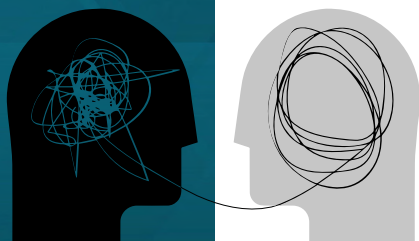


do país, abrigando aproximadamente 168 mil índios, 66 etnias e 29 línguas. Segundo estimativa da prefeitura, vivem atualmente em Manaus cerca de 30 mil índios.

No que se refere a Manaus e a população indígena foi possível encontrar artigos, dissertações e teses que discutem territorialidades étnicas e multiétnicas nessa região metropolitana. De acordo com o Censo Demográfico do IBGE de 2010, a distribuição de autodeclarados indígenas na cidade de Manaus está concentrada desta forma: Jorge Teixeira (57), Cidade Nova (50) e Redenção (18). Contudo, a maior parte dos autodeclarados indígenas do bairro do Jorge Teixeira e Cidade Nova não souberam dizer o povo/etnia a que pertenciam. O bairro da Redenção indicou maioria dos declarados, 1.105 pessoas, como pertencentes a etnia Sateré-Mawé (CRUZ, 2018, p. 08).

O Censo Demográfico 2010 indicou cerca de 99 povos/etnias indígenas habitando a cidade Manaus. Dentre estes, os povos com maior número declarados foram: Baré, Sateré-Mawé, Tukano, Múra, Tikúna, Kokama e Mundurukú. Muitos indivíduos e famílias indígenas vieram do interior do Estado do Amazonas para a capital Manaus. Mas também se encontrou povos migrantes de fora do Estado, sendo estes: Guarani, Guarani Kaiowá, Guarani Mbya, Pataxó, Potiguara, Zoró, ainda que com baixa incidência de pessoas declaradas, variando entre 1 ou 2 pessoas declaradas, dispersos na cidade. Ainda no censo demográfico 2010 houve identificação de povos indígenas de outros países, 15 indígenas migrantes vindos da Venezuela. Estima-se que o próximo censo apresentará crescimentos de indígenas venezuelanos em Manaus (CRUZ, 2018, p. 08).

A respeito do contexto indígena na cidade de Manaus, Pontes (2011) analisa a historicidade de migrações indígenas para as cidades brasileiras, seja elas de pequeno, médio ou grande porte. As motivações para migrar da T.I para as cidades envolve na maioria das vezes a busca por melhorias na qualidade de vida.



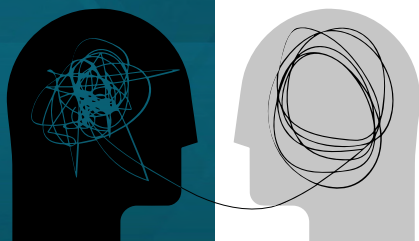
Nesse contexto, insere-se também a população indígena, que historicamente tem migrado de suas aldeias, geralmente situadas em áreas rurais do país, para pequenas, médias ou grandes cidades brasileiras, além de regiões de fronteira do Brasil. Entretanto, é singular a situação observada na cidade de Manaus, a qual possui na atualidade um contingente aproximado de 30.000 indígenas. A migração para Manaus, à semelhança da observada em Belém, é de dois tipos: indireta e direta. A do tipo indireta ocorre quando o índio se desloca da aldeia para um município próximo, como por exemplo, a ocorrência da aldeia para os centros urbanos de pequeno ou médio porte; ou do tipo direta, em que há a migração da aldeia para Manaus (PONTES, 2011, p. 108).

A partir de uma análise dos dados coletados para sua tese de doutoramento, Pontes (2011) verificou que os indígenas ao migrarem para a cidade estabelecem novas territorialidades por meio de laços étnicos e políticos. Transportando traços culturais das aldeias para territorialidades urbanas. Os Sateré-Mawé do bairro Redenção, por exemplo, reproduzem em Manaus suas produções artísticas e culturais como meio de geração de renda.

Pereira (2018, p. 10) analisa a situação de precariedade a que muitos indígenas são expostos na cidade de Manaus:

Durante o trabalho de campo observamos a precariedade das condições de vida desses indígenas em bairros da periferia da cidade, destituído dos serviços de saneamento e infraestrutura, a insuficiência no atendimento em educação e saúde, bem como da moradia nas margens de igarapés, áreas de encostas, terrenos irregulares ou em ocupações sob a ameaça constante da ação policial ou de traficantes, da violência e das medidas judiciais de reintegração de posse da terra (PEREIRA, 2018, p. 10).

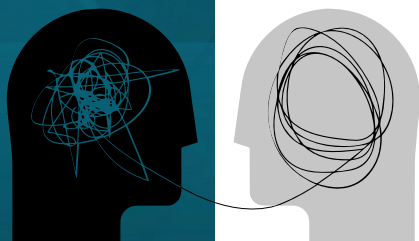
Silva (2001) apud Pontes (2011), analisa que o indígena é confundido com o caboclo no espaço urbano de Manaus, por vezes,



indígenas, para minimizar situações de preconceito e discriminação assumem a identidade de caboclo diante da sociedade manauara. Ainda assim, a identidade de caboclo também é marcada por estigmas sociais relacionados ao atraso cultural na sociedade capitalista. Em outras ocasiões, os indígenas amazonenses são confundidos com povos peruanos ou colombianos e aceitam essa identidade provisória por acreditar que a discriminação com povos estrangeiros seja menor em Manaus. A intencionalidade de negar a própria identidade em Manaus é uma tentativa de receber um tratamento melhor nos espaços institucionais que os indígenas buscam cotidianamente serviços de saúde, educação e trabalho.

Viveiros de Castro (2017) menciona o contexto de indígenas em Manaus, conforme apresenta em seus dados de pesquisa realizada com povos indígenas na capital do Amazonas, Pereira (2018, p. 10) destaca o processo de transformação do indígena em pobre destituído de terras, em construção de novas territorialidades em ocupações irregulares juridicamente em terras públicas e privadas: Assentamento do Sol Nascente, Comunidade Nações Unidas, Parque das Tribos, onde há época de sua pesquisa viviam cerca de 800 famílias de 20 etnias. Contudo, tais ocupações não se tratam de ocupações exclusivamente multiétnicas, pois distribuíam-se em porções menores de terra em áreas mais abrangentes, convivendo com famílias não indígenas.

Pereira (2018) esclarece a partir da análise de seus dados a força das associações indígenas nos processos de organização social e política de famílias indígenas. Na Associação Barayoá, localizada no bairro Lagoa Azul, integrantes lembram que no ano de 1995 muitos indígenas tiveram seu primeiro emprego na Granja Rei do Ovo, mas a empresa aproveitou-se do desconhecimento indígena de direitos trabalhistas por muito tempo, depois negou-se a pagar 13º e outros direitos, demitiu indígenas, afundou-se em dívidas e faliu. Após o fechamento da granja surgiu a comunidade São João. A sede da



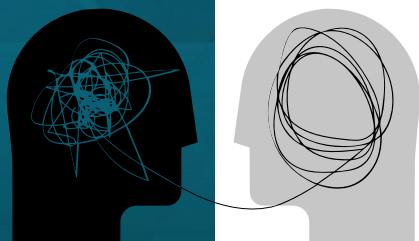
Associação Bayaróá fica próxima a uma penitenciária e expõe jovens e crianças em áreas de tráfico de drogas. A presença da escola indígena representa uma possibilidade de futuro longe das drogas.

Devido aos gastos com a mudança para Manaus muitas famílias indígenas não tem como pagar aluguel, construir moradias e acabam por ocupar áreas livres da cidade. Geralmente distantes do centro. A renda para sobrevivência da família provém do Bolsa Família na maioria das vezes, pois poucas pessoas possuem empregos na comunidade São João. A ausência de esgoto e coleta de lixo doméstico é um problema social latente nessa territorialidade indígena. Além dos problemas em conseguir atendimento de saúde em Unidade Básica de Saúde (PEREIRA, 2018).

Os povos indígenas resistem, independente das condições impostas pelo estado brasileiro, dos interesses da elite agrária, dos desmandos do capital mundial em commodities, independente das perseguições as identidades étnicas de mais de 240 povos indígenas que protagonizam suas histórias na atualidade. As condições de pobreza a que são impostos os povos indígenas perpassa a ausência de políticas públicas propositalmente negadas pelo Estado.

Ainda assim, apesar de tantas mazelas sociais, a vida indígena na cidade de Manaus é analisada pelos pesquisadores aqui elencados pelo constante processo de ressignificação de territorialidades.

Pereira (2018) exemplifica o processo de ressignificação nas territorialidades indígenas pela escolha de nomes para bairros e ruas, onde geralmente termos indígenas predominam nas denominações da demarcação de territorialidades em Manaus. Ritos, construções, escolas, produção de artesanatos, marcam a organização da vida indígena nesses territórios. Contudo, os mais velhos têm a preocupação com o uso de línguas maternas e com o interesse dos mais jovens em



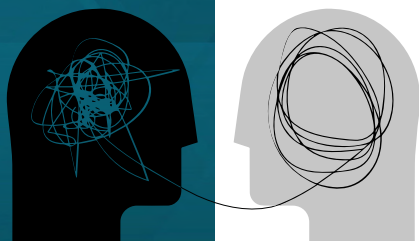
continuar os processos de deslocamento aldeia-cidade, idas e vindas, sobretudo nos períodos de férias escolares (PEREIRA, 2018).

CONSIDERAÇÕES

Buscou-se por meio desse artigo, evidenciar problemas sociais indígenas vivenciados por diferentes etnias na cidade de Manaus, que se distribuem em vários bairros da capital, construindo novas territorialidades a partir de seus sistemas de conhecimentos. Esses grupos ressignificam suas formas de vida e à medida que se concentram em áreas periféricas enfrentam questões sociais de populações em situação de pobreza, peculiar nos centros urbanos.

Por se tratar de uma pesquisa bibliográfica, os trabalhos aqui elencados quando trazem análises de fontes primárias, são resultado de pesquisas de dissertações e teses realizadas na cidade de Manaus e evidenciam a importância de ampliar as discussões sobre as condições de processos de transformação de territorialidades indígenas nos centros urbanos e os problemas sociais a que são submetidos. Apresentam por sua vez, as formas de resistência construídas em torno do processo de organização indígena em associações, movimentos sociais e comunidades étnicas ou multiétnicas.

Na cidade de Manaus os problemas sociais giram em torno da aplicação e fortalecimento de políticas públicas indigenistas nas cidades, do direito à habitação, ao trabalho, ao respeito a diversidade pluriétnica, educação bilíngue de fato e de direito, atendimento à saúde indígena de forma humanizada, entre outras situações específicas a cada grupo étnico.



REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de. *Terras tradicionalmente ocupadas*. Processos de territorialização e Movimentos Sociais. Recife, Brasil. Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, vol. 6, núm. 1, mayo, 2004, pp. 9-32.

BECKER, Bertha K. *A urbe amazônica: a floresta e a cidade*. 1 ed. Rio de Janeiro: Gramond, 2013.

BISPO, Mariléia Oliveira. *Territorialidades e conflitos: representações dos moradores da Ilha do Bananal e do entorno, Tocantins*. In: Territorialidades na América Latina. Organizadora: Maria Geralda de Almeida. Universidade Federal de Goiás – Goiânia, 2009.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 1988.

CAVALCANTE, Thiago Leandro Vieira. “*Terra indígena*”: aspectos históricos da construção e aplicação de um conceito jurídico. História (São Paulo) v.35, e75, 2016 ISSN 1980-4369. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1980-436920160000000075>.

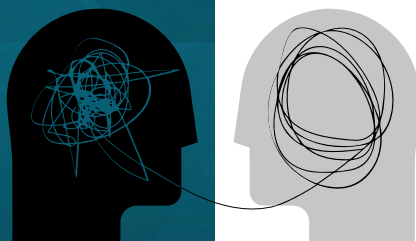
CORRÊA DA SILVA, Heloísa Helena. *Indígenas urbanos uma questão social no contexto da cidade de Manaus*. Disponível em: www.ts.ucr.ac.cr. 2009.

CRUZ, Anna Karoline Rocha da. *Como a população indígena está se apropriando do espaço urbano em Manaus?* Trabalho apresentado XXI Encontro Nacional de Estudos Populacionais organizado pela Associação Brasileira de Estudos Populacionais (ABEP), em Poços de Caldas, Minas Gerais, nos dias 22 a 28 de setembro de 2018.

FARJADO, Raquel Z. Yrigoyen. *Aos 20 anos do Convênio 169 da OIT: Balanço e desafios da implementação dos direitos dos Povos Indígenas na América Latina*. In: Povos Indígenas: Constituições e reformas Políticas na América Latina / [organizador: Ricardo Verdum]. - Brasília: Instituto de Estudos Socioeconômicos, 2009. <http://www.ibge.gov.br>. Consulta em: 10/08/2019.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Os indígenas no Censo Demográfico 2010 primeiras considerações com base no quesito cor ou raça*. BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Diretoria de Pesquisas. Rio de Janeiro, 2012.

IBGE. *Censo Demográfico 2010: características gerais dos indígenas*. Disponível em:



LOUREIRO, Violeta Refkalefsky. *A Amazônia no século 21: novas formas de desenvolvimento*. Revista direito GV, São Paulo. 8 (2) | p. 527-552 | jul-dez 2012.

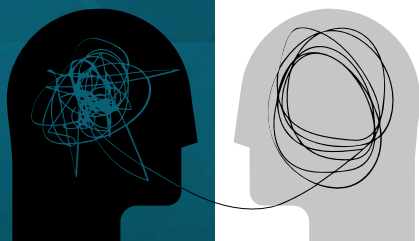
MELO, Luciana Marinho de. *Populações Indígenas na Cidade de Boa Vista – Roraima: Dinâmicas Sociais e processos de (re)significação identitária em contexto urbano*. Trabalho apresentado na 29ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 03 e 06 de agosto de 2014, Natal/RN.

NOGUEIRA, Ricardo José Batista. *Amazonas: a divisão da “monstruosidade geográfica”*. Manaus: Editora da Universidade Federal do Amazonas, 2007.

OIT, Convenção nº 169 sobre povos indígenas e tribais e Resolução referente à ação da OIT / Organização Internacional do Trabalho. - Brasília: OIT, 2011.

PEREIRA, José Carlos Matos. *Indígenas na metrópole: lutas multiétnicas e identidade coletiva na cidade de Manaus (AM)*. Disponível em: <http://institucional.ufrj.br/portalcpsda/files/2018/06/Os-in%C3%ADgenas-na-cidade-de-Manaus-Vers%C3%A3o-final.pdf> . 2018. Consulta em: 10/08/2019.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. *Os Involuntários da Pátria: elogio do subdesenvolvimento*. Caderno de Leituras n.65. Edições Chão da Feira. Caderno de Leituras / Série Intempestiva. Projeto gráfico - Mateus Acioli. Maio de 2017.





13

Rayane Lacerda
Francisco Santos

**FOTOGRAFIA
E PERSPECTIVA
SIMBÓLICA:**
das questões ambientais
à imaginação terrestre

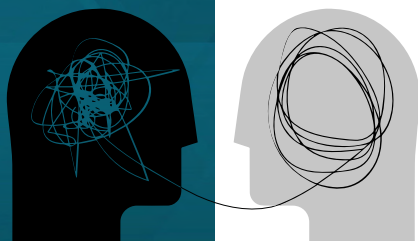
DOI: [10.31560/pimentacultural/2021.854.226-249](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2021.854.226-249)

INTRODUÇÃO

“Focos de queimadas na Amazônia crescem 30% em 2019” (Eller, 2020). “Desmatamento na Amazônia cresce 183% em dezembro em relação ao mesmo mês de 2018” (Watanabe, 2020). “A corrida do ouro e o risco de genocídio contra os yanomamis” (Casara, 2019). “Índios Yanomami denunciam risco de massacre em reserva no AM e RR e exigem saída de garimpeiros” (Costa, 2019). Esses são exemplos de manchetes que sobressaem aos olhos quando procuramos notícias sobre a situação indígena e as condições de sobrevivência desses povos no Brasil atual, as quais envolvem problemáticas relacionadas ao meio ambiente, destacando alguns aspectos que dialogam com práticas comunicacionais e contextos sociopolíticos.

Nos textos, podemos constatar o apelo constante em prol dos seus direitos mais básicos, tanto políticos quanto espirituais, clamando por uma vida mais justa e respeitosa junto ao meio ambiente. Isso nos leva ao modo como a cobertura jornalística pressupõe a relevância dos povos indígenas e das questões ambientais, uma vez que as suas lutas se tornam notícia quando eles estão sob ameaça constante e evidente, priorizando valores-notícia⁶⁵ que estão diretamente ligados ao genocídio, a resistência e a ilegalidade. Do mesmo modo, o meio ambiente somente é foco dos olhares jornalísticos quando um crime de proporções ditas inesperadas acontece ou se percebe consequências catastróficas como resposta ao saqueamento dos bens naturais. Deixa-se em segundo plano um aspecto ambiental mais profundo, que tenha como proposta transversal as discussões sobre as questões ligadas ao meio ambiente e a cultura indígena, de forma a exercitar o potencial

⁶⁵ Valores-notícia correspondem a atributos que permeiam a cadeia de produção jornalística e fazem um acontecimento virar notícia a partir de critérios específicos, como surpresa, novidade, drama, interesse público, número de pessoas afetadas, entre outros (SILVA, 2005).

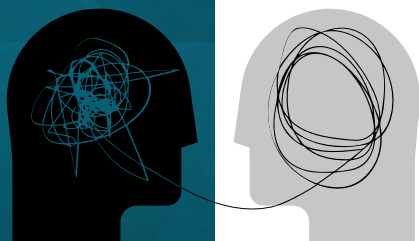


democrático que carrega a Comunicação quando emerge em sentidos que dialogam com causas imprescindíveis.

Nesse sentido, entendemos que os estudos das questões ambientais não podem, de forma alguma, serem construídos sem considerar a ancestralidade e o conhecimento primordial que os povos indígenas mantêm com a natureza. As suas lutas políticas e sagradas devem permear, também, o contexto da luta pelo meio ambiente, assim como a Comunicação deve desempenhar a sua função social e democrática em diferentes níveis, especialmente quando olhamos para o papel comunicacional da fotografia e suas reverberações possíveis uma vez inserida no contexto jornalístico.

A fotografia, aqui, nos fornece uma ferramenta interessante em termos políticos, mas, ainda, em termos simbólicos. Um exemplo é o trabalho de Cláudia Andujar, fotógrafa suíça radicada no Brasil, reconhecida pela sua trajetória junto aos povos indígenas, pois ela carrega uma força poética ao retratar as dinâmicas sociais entre os indígenas Yanomami, mostrando as peculiaridades dos seus rituais xamânicos de contato com os espíritos e o compartilhamento de saberes antigos. Nesse caso, consideramos a fotografia uma ferramenta de luta uma vez que o registro do povo Yanomami, feito por Andujar, passou a ser um mecanismo de defesa contra um projeto de governo que não considera os indígenas como humanos carregados de sentidos e saberes que são fundamentais para a vida e os seus ecossistemas.⁶⁶ Afinal, como bem apontam Kopenawa e Albert (2015), os Yanomami não estudam menos do que os brancos, já que apenas

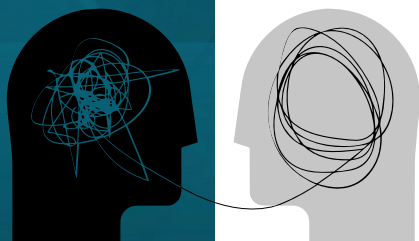
⁶⁶ Cláudia Andujar, durante o tempo de trabalho junto aos Yanomami, presenciou inúmeros atos de projetos políticos que estavam sendo colocados em prática. Entre eles, pode-se citar a construção da Rodovia Perimetral Norte (BR-210), que atravessa a região amazônica, do Amapá à Colômbia, cruzando Roraima, Pará e Amazonas. Nesse sentido, a sua fotografia acabou por ganhar sentidos ainda mais profundos, pois tornou-se uma ferramenta de defesa do povo Yanomami. Ela participou, também, da Comissão pela Criação do Parque Yanomami (CCPY), grupo que viria a lutar em prol da demarcação das terras indígenas no Brasil, especialmente a terra indígena Yanomami.



acessam o conhecimento de uma forma diferente, mas igualmente importante e efetiva.

Em consonância, Araquém Alcântara, fotógrafo reconhecido pelos seus registros da natureza brasileira, também é um artista fundamental para pensarmos a fotografia em seus termos políticos e ambientais. A partir de um dos pilares da fotografia de natureza, o qual corresponde a denúncia de práticas insustentáveis junto aos elementos artísticos presentes nas composições imagéticas, ele é capaz de recuperar um sentimento de conexão do humano junto ao meio ambiente (LACERDA; SANTOS, 2019). Dessa forma, tendo o seu trabalho fotográfico como ponto de partida, podemos pensar a organicidade enquanto característica da fotografia como ferramenta de luta socioambiental. A partir da intensificação das queimadas ilegais na Amazônia, em 2019, Araquém passou a retratar com maior frequência esses acontecimentos, sobrevoando os principais pontos de destruição da natureza brasileira, de modo a reconhecer essa série de crimes ambientais como “o ano do fogo” a partir do impacto percebido e narrado em fotografias.

Esse contexto torna-se favorável para uma outra característica potencialmente transformadora da imagem, o qual acreditamos ser, na verdade, a base para as ações essencialmente subversivas: a fertilidade simbólica que mobiliza, em posição de anterioridade (BARROS, 2016), os sentidos e a existência do trabalho de Andujar e Alcântara. Em Andujar, quando observamos as suas fotografias dos momentos de êxtase durante os rituais xamânicos, por exemplo, somos tomados por diversas sensações e sentimentos que brotam para além de uma percepção racional sobre o que ali foi enquadrado tecnicamente. Acreditamos que o acontecimento dessa relação entre sujeito e fotografia acontece porque há um sentido ali mascarado, escondido entre nuances que mexem conosco, seja de uma forma



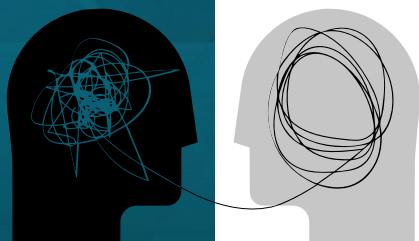
mais profunda ou, ainda, mais superficial⁶⁷. Independentemente de como acontece, notamos que acontece, simplesmente, e isso basta para considerarmos aspectos simbólicos que estão presentes em camadas mais obscuras da fotografia. Eles estão ali e mesmo que não os vejamos de forma objetiva/concreta, podemos senti-los através da experiência a-histórica.

O mesmo acontece com as narrativas de Alcântara, quando há um choque ao perceber a gravidade da situação na Amazônia, o que também pode suscitar o nascimento de indagações e imagens que advém de outros níveis possíveis de conhecimento e compreensão da nossa relação com a natureza e da consequência dos nossos atos. Para ele, as suas fotografias podem ser interpretadas como “poemas visuais” (ALCÂNTARA, 2017)⁶⁸, o que conota sentido não somente para o elemento artístico da fotografia de natureza, mas, ainda, pressupõe pulsões mais profundas que são responsáveis por fazer essa arte nascer, em um primeiro momento, para então se materializar em composições. Ora, se grande parte da rotina urbana está afastada de acontecimentos mais diretos, pois se encontra distante física e significativamente da floresta e do convívio com os povos indígenas, enquanto temas específicos, e a prática comunicacional muitas vezes não cumpre o seu papel democrático de lutar em prol dessas causas, a fotografia surge como uma alternativa subversiva com grande carga imaginária.

A correlação entre ambos potenciais transformadores nos leva a pesquisar a fotografia a partir de outras perspectivas. Para além das teorias fotográficas já amplamente conhecidas, que buscam entender os seus sentidos técnicos e exclusivamente estéticos,

67 O simbólico, nesse sentido, é entendido como um resultado da experiência interna e profunda do humano, corroborado pela perspectiva durandiana da Teoria Geral do Imaginário para a qual o símbolo é motivado e não arbitrário (DURAND, 1997).

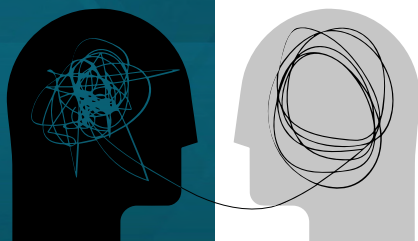
68 Informação verbal fornecida por Araquém Alcântara por meio de entrevista concedida aos autores, em dezembro de 2017.



passamos a considerar a relevância em investigar os seus sentidos mais profundos e que nos ajudam a olhar para as mobilizações de essências humanas e coletivas. Esse estudo busca, assim, investigar as possibilidades simbólicas da fotografia de Cláudia Andujar (ANDUJAR, 2018) e Araquém Alcântara (ALCÂNTARA, 2019; 2020) com o auxílio do estudo sobre a imaginação terrestre do repouso e do trabalho (BACHELARD, 2019; 2011). O objetivo é aprofundar e ampliar os nossos conhecimentos sobre a fotografia ambiental e os pilares que a sustentam, já esboçados em outro momento (LACERDA; BARROS, 2019). As fotografias veiculadas neste trabalho foram escolhidas de maneira assistemática, a partir das noções dos autores acima citados, para então serem submetidas ao método da leitura flutuante. Já que estamos em busca de sentidos simbólicos que brotam, que nascem de modo autônomo, e que possam participar das composições, decidimos folhear o catálogo A Luta Yanomami (ANDUJAR, 2018), e examinar as redes sociais de Alcântara, espaço em que são divulgadas as suas fotografias sobre “o ano do fogo” (ALCÂNTARA, 2019; 2020), a fim de colher as fotos que mais sobressaltam aos nossos olhos com base nas noções teóricas desenvolvidas. A nossa intenção, portanto, é traçar algumas aproximações possíveis entre a fotografia de natureza e a construção simbólica que embasa tal prática, pensando na existência de elementos coletivos e inerentes ao humano contextual e amplo.

FOTOGRAFIA E IMAGEM

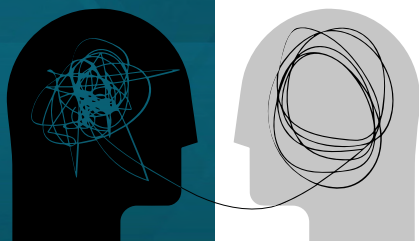
Inicialmente, para fins de esclarecimento teórico, julgamos necessário esboçar uma breve diferenciação sobre o que entendemos por imagem e por fotografia, vendo-as de maneiras distintas e em cenários também diversos. Flusser (2011) ensina que vivemos o mundo por imagens, na medida em que nos valem das imagens fotográficas para mostrar e atestar nossas experiências vividas, assim



como compartilhamos tais experiências a partir do caráter mimético destas imagens.

Esta dimensão fenomênica da imagem pode ser reconhecida como imagem técnica. De acordo com Flusser (2011), tal definição remete a uma imagem produzida sob o intermédio de um aparelho. Os indivíduos não representam mais as imagens exclusivamente a partir de suas habilidades de representar o mundo, como a pintura ou desenho, mas obtêm tais representações de uma forma mais automática. Diferentemente da imagem tradicional, que demanda mais tempo e habilidades, a imagem técnica é automatizada e pode ser produzida por quaisquer sujeitos que possuam um aparelho. Contudo, quando nos debruçamos sobre a questão da imagem, mesmo que certa fotografia seja produzida a partir de um aparelho, ela abraça os códigos compartilhados pelos usuários, as subjetividades dos sujeitos que as produzem e as condições físico-químicas de produção e recepção, ou, consonante com Aumont (2010), a imagem é um fenômeno complexo, construído de forma que seja vista, que passe uma mensagem. Portanto, a fotografia, para nós, seria essa imagem técnica disseminada em meios de comunicação, feitas a partir do cruzamento entre as subjetividades dos sujeitos e as condições do aparelho fotográfico, isto é, a câmera.

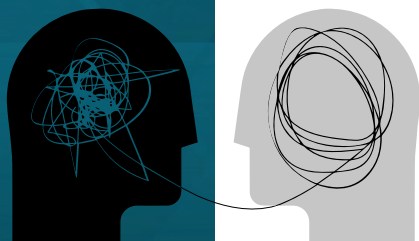
A automatização nos processos de captação de imagens há muito tem servido como ponto fulcral no debate acerca do estatuto da imagem em nosso contexto contemporâneo. Mais especificamente, o debate que surge com o advento da fotografia concerne a possibilidade ou capacidade da fotografia de representar a realidade mimeticamente, sendo um espelho do real (DUBOIS, 1993). Entretanto, ao entendermos as categorias de representação e suas inferências sobre o ato fotográfico, podemos notar não só uma dimensão icônica, de reflexo dos objetos externos ao signo, como também percebe-se que tal tipo de imagem encerra, em caráter indicial (DUBOIS, 1993), o gesto do fotógrafo e as condições de produção de tais imagens.



Em um exame mais diverso acerca das categorias representacionais da fotografia, Machado (1984) defende que tal imagem, mesmo limitada em suas condições de representação, sendo direcionada para as categorias icônicas ou indiciais, ela carrega dimensões simbólicas em potencial. Neste sentido, quaisquer imagens, especificamente as fotográficas, guardam uma relação complexa com suas condições de produção, na medida em que cada enquadramento, cada nuance, cada ajuste de foco e luminosidade pode ser controlada pelo fotógrafo de acordo com a intenção de sua mensagem fotográfica. Além disso, as condições de recepção, como o repertório histórico e cultural do interpretador, bem como as implicações contextuais de tal recepção, podem dar diversas possibilidades de sentidos quando no processo de interpretação.

Em contraponto, para Bachelard (2019, p. 2), “As imagens não são conceitos. Não se isolam em sua significação. Tendem precisamente a ultrapassar sua significação”. A imagem, portanto, corrobora uma proposta mais intensa se comparada aos aspectos de uma fotografia já que, talvez sem ela, a própria fotografia não ganhasse essa complexidade para o entrecruzamento de sentidos. Era sobre isso que nos referimos quando discorremos sobre o aspecto condutor da fotografia, anteriormente, destacando a sua carga política e simbólica enquanto suporte que dinamiza imagens (BARROS, 2016). A sua indicação política é um tipo de presença da imagem, pois está diretamente relacionada a sua capacidade de narrativa comunicativa e artística, compreendendo contextos e visões de mundo. Ao mesmo tempo, essa presença expande-se quando pensamos as imagens que são responsáveis por mobilizar tais ações. Por isso, quando a técnica ganha uma significação mais profunda ao(s) sujeito(s), ela cruza as fronteiras do simbólico, da imagem como movimentação de sentidos, ampliando a sua capacidade poética e transformadora.

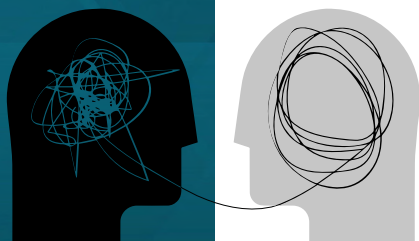
A imagem, sendo ela simbólica, inclusive, diz respeito a uma mobilização mais profunda do humano, disposta em um trajeto de



sentido que se dá de maneira dinâmica entre pulsões e coerções (DURAND, 1995). A noção de trajeto de sentido ou, ainda, trajeto antropológico pressupõe um posicionamento na Teoria Geral do Imaginário (TGI), de perspectiva durandiana, com intenção de orientar as nossas compreensões sobre simbólico. Para o autor, as pulsões humanas são coletivas, nascem no corpo dos sujeitos quando preenchidas pela experiência profunda, caminhando rumo ao âmbito sociocultural ao passar pelos níveis arquetípicos (JUNG, 2015). A imagem, aqui, deixa de ser uma categoria abstrata, pois se materializa na relação entre os sujeitos e seu meio cósmico e sociocultural. Mais especificamente, tal imagem é motivada (BARROS, 2016): carrega não só os potenciais de significação intelectíveis, mas se associa a uma dimensão simbólica mais profunda à medida que se conecta ao mundo vivido e as motivações humanas.

Em sua profundidade, as imagens se coadunam de maneira a formar o museu de imagens produzidos por toda a humanidade, o imaginário (DURAND, 2011). Na medida em que observou tal organização de imagens, Durand (2002) inferiu a existência de três grandes regimes, considerando a estrutura morfológica do ser humano, além da dimensão sociocultural. O primeiro regime, o heroico, está ligado à antítese, amparado pela dominante postural, ou seja, a necessidade do ser humano de se colocar em pé, condensando as imagens de elevação, luta e luminosidade. Em contrapartida, as imagens ligadas à intimidade, confusão, mistura, engolimento se ligam ao regime místico ou antifrásico, associado à descida digestiva. Em terceiro lugar, percebe-se o regime dramático ou sintético, que vem a mostrar a equilibração dos outros dois regimes, apresentando as imagens do ciclo, da harmonização dos opostos, associado à dominante copulativa, ou seja, a necessidade do ser humano em relação à reprodução.

Além disso, podemos mapear alguns níveis e suas respectivas potencialidades de produzir sentido, ou, dito de outra forma, a partir

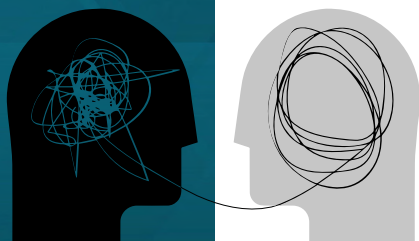


de sua pregnância simbólica (CASSIRER, 1992). Imagens profundas, ou arquétipos (JUNG, 2002), têm alta pregnância, e compõem o substrato imaginativo compartilhado pela humanidade através do inconsciente coletivo. Podemos perceber um segundo nível ligado à imagem simbólica: um tipo de imagem que se interpõe entre as motivações simbólicas e as coerções do mundo físico e sociocultural. Por fim, notamos um nível mais superficial de imagens, ligadas à materialidade, com menos pregnância, a qual compreende não só a imagem tradicional, material e construída na realidade, mas também a imagem técnica, produzida através dos processos automatizados.

É justamente no jogo entre imagem técnica e simbólica que se encontra a fotografia. Uma não exclui a outra, pois, na verdade, elas se complementam em um acordo interessante para a nossa investigação. O potencial da narrativa fotográfica é capaz de fazer algo peculiar brotar ao(s) sujeito(s), isso porque existe a mobilização de uma imagem que nos permite sentir algo em relação ao que percebemos e contactamos através da comunicação. Em outras palavras, qualquer imagem, tradicional ou técnica, guarda a potencialidade de ser imagem simbólica, na medida em que pode mobilizar conteúdos latentes de nossa psique.

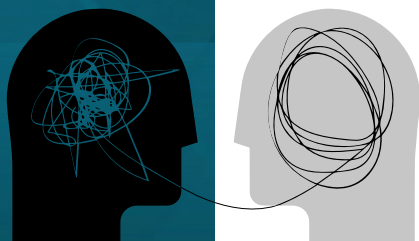
A PEQUENEZ DA GRANDE MÃE COMO PERSPECTIVA SIMBÓLICA DA NATUREZA

Retomando a ideia de que o humano é um dos únicos seres a buscar a intimidade de algo, a partir da vontade de esquecer o externo para poder “[...] ver *outra coisa*, ver além, ver por dentro, em suma, escapar à passividade da visão” (BACHELARD, 2019, p. 8, grifo do autor), podemos considerar uma força psíquica que talvez seja uma das bases que incentivam a atuação de garimpeiros em terras



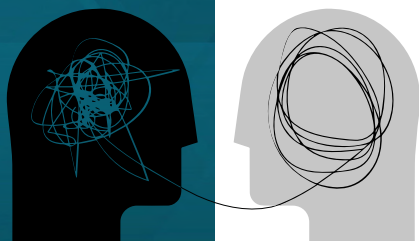
indígenas que, na prática, deveriam estar sendo preservadas - ou o que Levi-Strauss (1993, p. 7 *apud* KOPENAWA; ALBERT, 2015, s/p) entende por “a cobiça do ouro”. Para ele, “não são apenas os índios, mas também os brancos, que estão ameaçados pela cobiça do ouro e pelas epidemias introduzidas por estes últimos”. Mesmo considerando as perspectivas ambientais e culturais que envolvem a discussão sobre a prática do garimpo em terras amazônicas, acreditamos haver uma força também simbólica responsável por guiar, em posição de anterioridade, as ações em si. Nesse sentido, tendo como um dos objetivos deste trabalho a investigação de sentidos antropológicos e simbólicos que se relacionam com o meio ambiente e a fotografia, interessa-nos entender, principalmente, os impulsos mais profundos que orientam algumas atividades em relação a natureza.

Nos estudos sobre a imaginação terrestre (BACHELARD, 2019), notamos cruzamentos possíveis entre tais impulsos que, possivelmente, encontram-se na base dos comportamentos humanos frente a natureza, a nossa Grande Mãe, como muitas vezes é reconhecida no senso comum. Há chances, portanto, de ser uma orientação inclusive simbólica de buscar o íntimo, o fundo e o interior da Terra que nos levará ao fim da espécie humana, quando Gaia não mais suportar a sua destruição. Durante a participação em conferências na Universidade Federal de Minas Gerais, Kopenawa (2015, p. 147) alerta que “para cuidar da nossa *Hutukara*, não pode contaminar, não pode derramar óleo, não pode derramar gasolina. Não pode fazer um grande buraco”. Essa ideia de “fazer um buraco” remete ao garimpo que constantemente procura furar a natureza a fim de encontrar e saquear o ouro. Nesse ato específico de furar, de *fazer um buraco* em algo de uma dimensão tão grande quanto a Terra, acreditamos haver uma carga simbólica carregada por uma força e uma orientação psíquicas que, conseqüentemente, levam a uma conquista desenfreada por supostos “desenvolvimentos”.



Uma perspectiva chamada de *anulada* é introduzida por Bachelard (2019), com um tom de crítica diante uma visão negativista de alguns filósofos, ao contextualizar algumas visões possíveis para os prismas do oculto. Para o autor, esse posicionamento não enriquece a curiosidade do sonhador terrestre, mas, pelo contrário, a “tolhe brutalmente”, já que, segundo alguns filósofos, a profundidade das coisas é uma simples ilusão. Ora, se estamos falando em devaneios de imagens e de noções simbólicas que guiam as ações humanas no mundo objetivo, passamos a notar uma possibilidade de a prática do garimpo estar embasada nas discussões trazidas por Bachelard (2019). O impulso humano pode estar ligado simbolicamente a um desejo profundo de buscar o íntimo das coisas, mas, ao mesmo tempo, a sua condição racional o faz pensar que não há profundidade e, portanto, a Terra não nos punirá. É a mesma lógica dos filósofos mencionados: “Por mais que o homem escave o rochedo, sempre descobrirá apenas a rocha” (BACHELARD, 2019, p. 9). A busca pela rocha, isto é, pelo ouro, corresponde a nossa (falta de) noção sobre as potencialidades da natureza que nos leva a esse paradoxo: a nossa pulsão para uma ação insustentável como o garimpo resulta na certeza de que não há nada a ser encontrado, simbolicamente.

Entretanto, é nesse sentido que a pequenez da Grande Mãe se mostra presente, pois quando buscamos furar a Terra, cavar um buraco para chegar na sua intimidade (que possivelmente corresponde a intimidade do próprio humano), o que encontramos é a grandeza da natureza. É dessa forma que alcançamos uma outra perspectiva do oculto proposta por Bachelard (2019, p. 14), reconhecida como *dialética* quando “ver no broto a folha, a flor e o fruto é ver com os olhos da imaginação. Parece que a imaginação é então uma louca esperança de ver sem limite”. Ao ultrapassar os traços externos da Terra, notamos um segundo paradoxo: o interior não é pequeno, minúsculo, mas grande, espaçoso e potente.



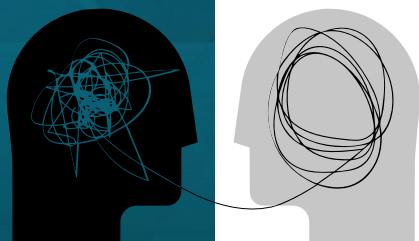
Transpondo esses limites que correspondem aos aspectos transformadores da fotografia, isto é, político e simbólico, Andujar e Alcântara os registram de maneira distinta - ambos com base na imaginação terrestre, mas, como mencionado anteriormente, imaginações terrestres diferentes entre si. Andujar, a partir de um sentido fotográfico que apresenta o aconchego, o íntimo e a fissura dos segredos, registra justamente essas nuances pormenorizadas da natureza junto aos povos indígenas. Seja mostrando a simplicidade do ato de um Yanomami descansar em uma rede ou os detalhes de uma festa *reahu*⁶⁹, as suas fotografias conectam-se ao que Bachelard (2019) chama de fazer “uma viagem na espessura das coisas”. Todavia, em Alcântara temos uma fotografia guiada pela imaginação terrestre do trabalho, o que faz com que ele registre especialmente belezas resistentes a partir de uma perspectiva contextual, por exemplo, ao fotografar as queimadas ilegais na Amazônia.

Assim, Araquém Alcântara e Cláudia Andujar estão inseridos em ambos paradoxos de maneira distinta: enquanto o primeiro luta a partir do externo, mostrando as consequências negativas da destruição do meio ambiente com uma abordagem direta e prática, Andujar também narra tais resultados negativos, mas com base em uma nuance aconchegante que abraça para então contar, ao pé do ouvido, o que deseja.

A INTIMIDADE DA LUTA E A LUTA PELA INTIMIDADE

A fim de dar mais alguns passos em relação ao cenário imagístico, intencionamos a análise de algumas fotografias que podem

⁶⁹ *Reahu* são festas compartilhadas pelos Yanomami, em que diversas casas são convidadas para confraternizar entre si, com comida, danças e cantos, além de ser um momento em que os *xapiri* descem para visitar os seus xamãs (KOPENAWA; ALBERT, 2015).



nos proporcionar a base necessária para compreender as imagens que brotam durante o processo de sentido. Nos valem da leitura flutuante enquanto método, pois esta é uma forma de interpretar a imagem técnica para além dos seus elementos icônicos e de linguagem.

Dessa maneira, para olhar as fotografias de Andujar e Alcântara, a arquetipologia da TGI torna-se um prisma importante ao considerar a pluralidade das instâncias humanas, indo além de estruturas absolutas, únicas e fechadas, para pensar as potências humanas enquanto possibilidades múltiplas e diversas (DURAND, 1996). A prática fotográfica, nesse contexto, nos ajuda a explorar uma visão antropológica da própria Comunicação, quando investiga os sentidos que se dão profundamente, para além da percepção visual estrita. A ideia da análise que se segue, portanto, é ir além de uma leitura codificada para alcançar outros aspectos presentes nas profundidades da fotografia.

Figura 1: Rio Catrimani, RR, 1976



Fonte: ANDUJAR (2018, p. 25)

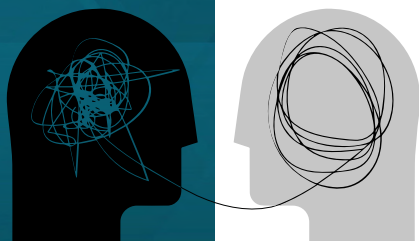


Figura 2: Diálogo cantado final, Catrimani, RR, 1974



Fonte: ANDUJAR (2018, p. 82).

Figura 3: Cláudio xaxanapi thëri, pouco acostumado com o alucinógeno yãkoana, Catrimani, RR, 1974



Fonte: ANDUJAR (2018, p. 86).

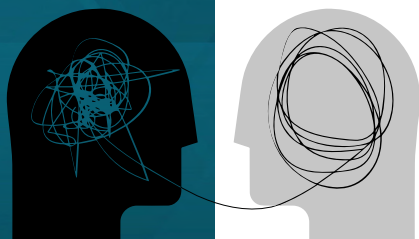


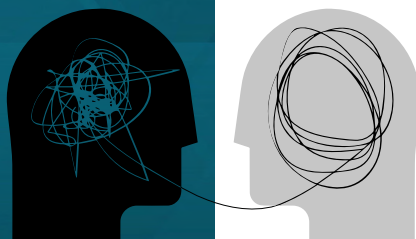
Figura 4: Catrimani, RR, 1974



Fonte: ANDUJAR (2018, p. 68).

Nas primeiras fotos, surge uma primeira noção em comum: a ideia de aconchego criada a partir de aproximações afetivas, tanto do ato de olhar para si (figura 1) quanto de pessoas unidas em um abraço conjunto (figura 2). As formas são distintas, mas o impacto fotográfico gerado pode ser bastante semelhante. Notamos um padrão fotográfico de Andujar, no qual ela opta por *desenhar com a luz* de uma maneira que omite a própria luz e a usa como caminhos que rumam ao escuro e ao escondido. Mesmo que a luz seja empregada para a construção da composição, como na quarta fotografia do mosaico acima (figura 4), o seu destaque em meio a escuridão cria o efeito contrário. Dito de outra forma, a luz não ilumina, como se pressupõe no senso comum, mas omite e esconde grande parte do sentido que não foi colocado de maneira clara à razão. Nas figuras 2 e 3 esse mesmo uso da luz intimista serve de destaque ao sujeito, na primeira, para o indígena no chão da floresta e, para a segunda, dos indígenas abraçados em círculo. Há um leve desfoque do que contorna a cena, criando um espaço de aconchego que direciona o olhar para o centro, para o fundo e para a “fissura do segredo” (BACHELARD, 2019).

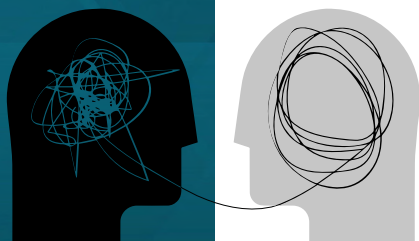
Nesse sentido, entendemos o exercício fotográfico de Andujar como a intimidade simbólica da luta junto a natureza e aos povos



indígenas, pois a fotógrafa expande o próprio sentido da palavra *luta*, como comumente é empregada. Afinal, lutar não corresponde somente a se armar para ir de encontro a algo, seja uma ideia, um projeto de governo, uma causa etc. O que Andujar nos mostra é a capacidade humana de alcançar o íntimo, o ventre e as entranhas enquanto caminho possível para melhorar a relação que temos frente a nossa Grande Mãe. Ainda assim estamos inseridos no combate, mas, agora, de uma maneira ainda mais profunda.

Na terceira fotografia do mosaico (figura 3), a interpretação é duvidosa: o registro é do processo de morte de um indígena? Ele está vivo? O que está acontecendo? O que se sabe, primeiramente, é que a composição tem um Yanomami deitado no chão, com os braços e as pernas abertas, com alguns ferimentos no tronco, o rosto inclinado para o lado como se estivesse inconsciente e completamente vulnerável para si, para os demais indígenas e para a fotógrafa. A sensação que brota ao olhar para essa fotografia remete, diretamente, ao sentido da morte.

Aqui, as fotografias de Andujar carregam um sentido tão intimista e aconchegante. Uma foto de um indígena no chão não será, somente, um indígena no chão, pois tal apresentação traz consigo a necessidade de um mergulho na função irreal da imaginação criadora (BACHELARD, 2019). Nesse sentido, as imagens ganham, novamente, uma profundidade em sua perspectiva: a partir do registro de um indígena que repousa no chão, nasce uma narrativa simbólica de vida-morte-vida que se correlaciona diretamente com a cosmologia Yanomami. Tanto em fotografias como esta quanto em causas defendidas e enfrentamentos travados durante sua carreira (como, por exemplo, a luta pela demarcação legal da Terra Indígena Yanomami), Andujar surpreende, remetendo ao oposto do que se espera. Quando acreditamos se tratar de lutas exclusivamente políticas, ela prova que a luta simbólica também é importante, quiçá a mais relevante entre



todas, já que está na base das ações e intenções humanas. Quando olhamos para o meio ambiente com um olhar reducionista, ela (re) afirma as poéticas mais intrínsecas, íntimas e, sobretudo, sagradas.

Figura 5: Brasileira de Brotas de Macaúbas, Bahia



Fonte: ALCÂNTARA (2020, s/p).

Figura 6: Brasileira de Canudos, Bahia



Fonte: ALCÂNTARA (2020, s/p).

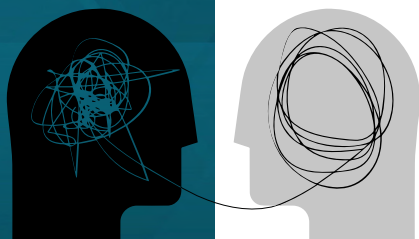


Figura 7: Ensaio Amazônia 24, Rondônia



Fonte: ALCÂNTARA (2019, s/p).

Figura 8: Garimpeiros de Gilbués, Piauí

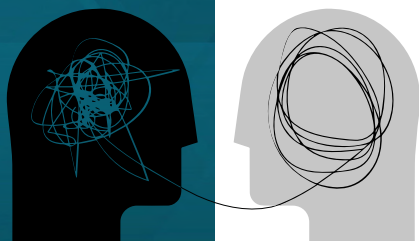


Fonte: ALCÂNTARA (2020, s/p).

Nas fotografias acima, de Alcântara, também temos o uso da luz em destaque, o que já é esperado, pois a base da ação fotográfica é propriamente o uso favorável da iluminação para a criação das composições. Todavia, de novo notamos uma distinção entre a imaginação terrestre do *repouso* (como em Andujar, por exemplo) e

do *trabalho*, em Alcântara: a luz é usada para destacar um assunto principal com a finalidade de chegar na intimidade e no fundo a partir da claridade exacerbada. Enquanto em Andujar temos o destaque com base em uma opacidade que mais esconde do que mostra, nas fotografias de Alcântara mostramos para esconder. Nas composições dispostas acima, podemos encontrar alguns exemplos. Nas figuras 5 e 6 temos dois retratos de mulheres que compõem o cenário nordestino brasileiro, com uma de suas facetas escondidas pela exceção luminosa que complementa o quadro. Na primeira, a iluminação foi realocada para o lado esquerdo, assim como a posição da mulher também está lateralizada, destacando apenas um lado do rosto enquanto o outro é rapidamente escondido. Na segunda fotografia, a luz encontra-se na fumaça que foi disposta na região da boca. Outra vez, temos o destaque dos olhos pela própria evidência da luz, pois o que está revelado como assunto principal é, paradoxalmente, o que está escondido e omitido pela indicação luminosa.

Na primeira fotografia (figura 5), a iluminação serve para destacar somente uma única árvore que ainda está viva diante uma imensa fumaça surgida das queimadas na Amazônia. Além de ser um contraste bastante interessante em termos de fotografia de natureza, também evidencia a carga ideológica e afrontosa presente na poética da Alcântara. A fumaça esconde o estrago feito pelas queimadas, mas evidencia um contraponto, isto é, uma vida ainda presente naquele ambiente. É a morte sendo representada como um elemento que se une a vida. Na segunda fotografia (figura 8) ocorre algo semelhante ao se destacar o trabalho dos garimpeiros, pois não se mostra claramente o ato de *furar a Terra*, de cavar um buraco para encontrar a profundidade. Essa ideia fica subentendida e particularmente escondida com o destaque para a luz da fumaça que sobe durante a procura de ouro desempenhada na prática do garimpo. Esse sentido mascarado é uma busca que está presente nos caminhos feitos pelas imagens de Alcântara, o que se dá através de uma noção que não



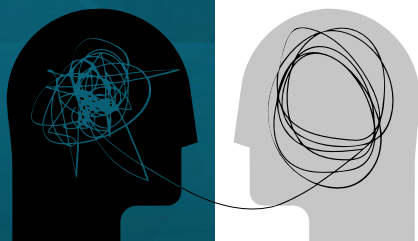
pretende encontrar ou achar, mas *destacar* e *sobressair* a partir dos elementos da luz e da claridade em excesso.

Segundo Krenak (2019, p. 11), “A ideia de que os brancos europeus podiam sair colonizando o resto do mundo estava sustentada na premissa de que havia uma humanidade esclarecida que precisava ir ao encontro da humanidade obscurecida, trazendo-a para essa luz incrível”. Acreditamos que o trabalho de Alcântara está embasado nesse mesmo sentido de *trazer para a luz*, mas o seu diferencial é a intenção de descolonizar e (re) apresentar de uma maneira diferente. Essa iluminação abordada em suas fotografias vem, em grande parte, refletida por uma fumaça mística que transforma os sentidos da natureza e da relação que o povo brasileiro periférico e não necessariamente urbano nutre com ela.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na medida em que entendemos a imagem fotográfica a partir de uma concepção mais profunda, podemos adentrar às dimensões mais pregnantes do simbolismo humano. Além disso, é importante compreender que tal simbolismo nasce de uma relação incessante de troca entre as motivações inconsciente ligadas à produção de sentido e as coerções imputadas pelo meio físico e sociocultural. É inclusive desta relação que se formam as imagens simbólicas, ponte por onde as imagens técnicas encontram o inconsciente coletivo. Quando a fotografia invoca as imagens simbólicas ligadas ao meio ambiente e à valorização dos povos indígenas, podemos entendê-la enquanto instrumento de reflexão e reafirmação destas questões.

As fotografias encontradas nos produtos culturais, seja em fotolivros ou até mesmo nas redes sociais de compartilhamento de



imagens, proliferam também os sentidos ligados à imaginação material de Andujar e Alcântara. Cada um a seu modo apresenta uma relação complexa entre humanos e natureza, especialmente a partir das imagens ligadas à terra. Andujar oferece um mergulho na intimidade da Terra-Mãe, mostrando a relação quase inextricável entre os Yanomami e seu espaço cultural e simbólico, caracterizando a mistura do regime místico do imaginário. Alcântara, por sua vez, se vale dos contrastes entre humanidade e natureza além das sinuosidades das relações entre ambos, colocando em jogo não só as imagens da intimidade com o meio ambiente, mas também a luta para o manter frente ao *progresso* desenfreado. Neste sentido, os trabalhos dos dois artistas dão um vislumbre para a humanidade dita civilizada das diferentes formas de perceber e se relacionar com a natureza, especialmente percebida como nossa Grande Mãe.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Araquém. *Brasileira de Brotas de Macaúbas, Bahia*. São Paulo, 24 jan. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7uLowCFled/?hl=pt-br>. Acesso em: 21 nov. 2020.

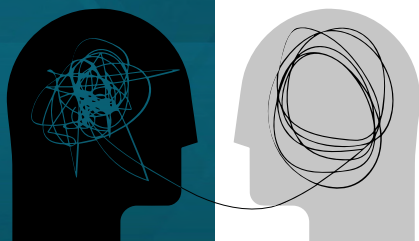
ALCÂNTARA, Araquém. *Brasileira de Canudos, Bahia*. São Paulo, 9 jan. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7Gf7uHI8YK/>. Acesso em: 21 nov. 2020.

ALCÂNTARA, Araquém. *Garimpeiros de Gilbués, Piauí*. São Paulo, 15 jan. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B7Wd5tSIT5W/>. Acesso em: 21 nov. 2020.

ALCÂNTARA, Araquém. *Ensaio Amazônia 24, Rondônia, Setembro 2019*. São Paulo, 15 out. 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/araquemoficial/photos/a.384438438275772/2872661366120121/?type=3&theater>. Acesso em: 21 nov. 2020.

ANDUJAR, Cláudia. A luta Yanomami. NOGUEIRA, Thyago Nogueira (org.). *Cláudia Andujar: A luta Yanomami*. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2018.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 2010.



BACHELARD, Gaston. *A terra e os devaneios da vontade*: Ensaio sobre a imaginação das forças. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BACHELARD, Gaston. *A terra e os devaneios do repouso*: Ensaio sobre as imagens da intimidade. 3 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2019.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Comunicação e Imaginário: algumas contribuições da Escola de Grenoble. In: LEÃO, Lúcia (org.). *Processos do imaginário*. São Paulo: Képos, 2016. p. 345-366

CASARA, Marques. A corrida do ouro e o risco de genocídio contra os yanomamis. *Brasil de Fato*, 09 dez. 2019. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/12/09/a-corrída-do-ouro-e-o-risco-de-genocidio-contra-os-yanomami/>. Acesso em: 20 nov. 2020.

CASSIRER, Ernst. *Mito e Linguagem*. Perspectiva: São Paulo, 1992.

COSTA, Emily. Índios Yanomami denunciam risco de massacre em reserva no AM e RR e exigem saída de garimpeiros. *Portal G1*, 27 nov. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2019/11/27/indios-yanomami-denunciam-risco-de-massacre-em-reserva-no-am-e-rr-e-exigem-saida-de-garimpeiros.ghtml>. Acesso em: 20 nov. 2020.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico*. Campinas: Papirus, 1993.

DURAND, Gilbert. *A imaginação simbólica*. Lisboa: Edições 70, 1995.

DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

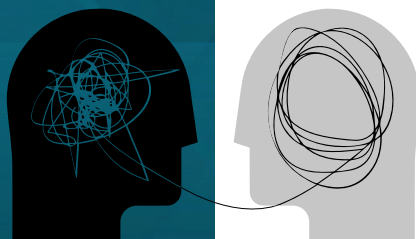
DURAND, Gilbert. *Campos do imaginário*. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

DURAND, Gilbert. *O imaginário*: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 2011.

ELLER, Johanns. Focos de queimadas na Amazônia crescem 30% em 2019. *O Globo*, 08 jan. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/focos-de-queimadas-na-amazonia-crescem-30-em-2019-1-24176803>. Acesso em: 20 nov. 2020.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta*: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Annablume, 2011.

GONÇALVES, Sandra Maria Lúcia Pereira. A alma da floresta: Sonhos, por Claudia Andujar. *Revista Gama*. Lisboa, v. 7, n. 4, p.152-160, 2016.



JUNG, Carl Gustav. *O eu e o inconsciente*. 27 ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

JUNG, Carl Gustav. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Petrópolis: Vozes, 2002.

KOPENAWA, Davi; ALBERT, Bruce. *A queda do céu: Palavras de um xamã yanomami*. São Paulo: Companhia de Letras, 2015.

KOPENAWA, Davi; GOMES, Ana Maria. O Cosmo segundo os Yanomami: Hutukara e Urihi. *Revista UFMG*, Belo Horizonte, v. 22, n. 1 e 2, 2015.

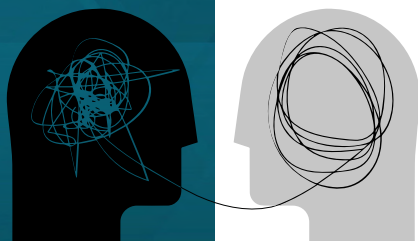
KRENAK, Ailton. *Ideias para adiar o fim do mundo*. São Paulo: Companhia de Letras, 2019.

LACERDA, Rayane; BARROS, Ana Taís Martins Portanova. A poética de Cláudia Andujar: um paralelo político-ambiental entre arte, fotografia e natureza. In: De Carli, Anelise Angeli; Barros, Ana Taís Martins Portanova (org.). *Comunicação e imaginário no Brasil: Contribuições do grupo Imaginalis (2008-2019)*. Porto Alegre: Imaginalis, 2019.

LACERDA, Rayane; SANTOS, Francisco. O imaginário do olhar fotográfico ambiental. In: *Pedagogia do Imaginário: Matrizes oníricas de uma Escola Viva*, 1., 2019, Pelotas. *Anais eletrônicos...* Pelotas: Grupo de estudos e pesquisas sobre imaginário, educação e memória, 2019, p. 61-64.

MACHADO, Arlindo. *A ilusão especular: introdução à fotografia*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

WATANABE, Philippe. Desmatamento na Amazônia cresce 183% em dezembro em relação ao mesmo mês de 2018. *Folha de São Paulo*, 14 jan. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2020/01/desmatamento-na-amazonia-cresce-183-em-dezembro-em-relacao-ao-mesmo-mes-de-2018.shtml>. Acesso em: 20 nov. 2020.





14

Luciana Monteiro-Krebs
Ricardo Capra
Marcelo Oliveira Coutinho de Lima

O PERFIL DO CIENTISTA DE DADOS NO BRASIL: competências e níveis de senioridade

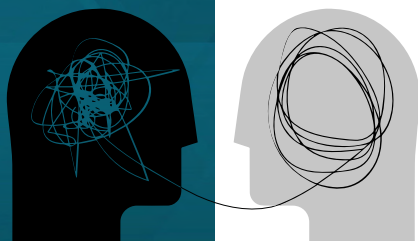
DOI: [10.31560/pimentacultural/2021.854.250-272](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2021.854.250-272)

INTRODUÇÃO

Estima-se que entre a invenção da escrita (3.000 a.C.) e o ano de 2006 (d.C.), a humanidade tenha acumulado 180 *exabytes* (EB) de dados. Entre 2006 e 2011, esse volume cresceu dez vezes e chegou a 1.600 EB. A expectativa agora é de que esse número cresça quatro vezes a cada três anos (FLORIDI, 2012, p. 435, tradução nossa). A geração de dados em volumes sem precedentes e com atributos específicos caracterizam *Big Data* como um fenômeno, despertando a necessidade de discussões em diferentes esferas (ética, filosófica, tecnológica, metodológica, entre outras). O campo que emerge para dar conta dos principais desafios do *Big Data* chama-se Ciência de Dados (*Data Science*), e envolve diferentes disciplinas científicas.

Diversos estudos relacionam o termo Cientista de Dados com o profissional da informação⁷⁰, no Brasil também chamado de bibliotecário, principalmente no que tange à possível atuação deste em projetos de Ciência de Dados (CONEGLIAN; GONÇALVES; SANTARÉM SEGUNDO, 2017; BOERES, 2017; RIBEIRO, 2015). O presente artigo tem como objetivo identificar o perfil do Cientista de Dados brasileiro, a partir das suas autodeclaradas competências. Como objetivos específicos, o estudo visa: mapear as competências que o Cientista de Dados no Brasil possui; caracterizar as habilidades que distinguem o Cientista de Dados dos demais profissionais, para além das estabelecidas prototipicamente na literatura (leia-se, principalmente, estatística e computação); e identificar o nível de senioridade médio desse profissional em cada uma das áreas e subdisciplinas.

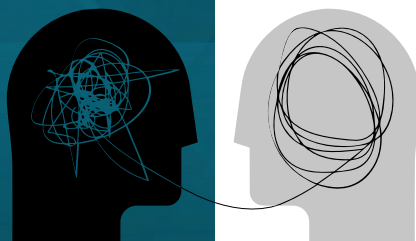
70 A variação nas denominações para este profissional evidencia-se no estudo do Observatório de Ciência da Informação da Universidade do Porto: Santos, Carvalho e Silva (2017) identificaram "Cientista de Dados" como uma variante funcional do bibliotecário a partir de um estudo da tipificação de perfis profissionais associados a licenciados mestres e doutores em Ciência da Informação em Portugal.



REFERENCIAL TEÓRICO

O fenômeno tem seus primeiros registros na indústria, sendo com o tempo reconhecido e documentado no meio acadêmico. Francis X. Diebold foi o autor da primeira referência ao *Big Data* em trabalho acadêmico – considerando menções em títulos ou resumos nas áreas estatísticas e econometria, no trabalho apresentado em agosto de 2000 (e publicado em 2003) no oitavo Congresso Mundial da Sociedade de Econometria, em Seattle. (DIEBOLD, 2003). Ao investigar as origens e o desenvolvimento do termo *Big Data*, Diebold (2018) afirma que, embora menções tenham sido feitas em trabalhos anteriores, estes eram: ou publicações não acadêmicas que usaram o termo para designar aplicações que não refletiam precisamente o conceito do fenômeno emergente como hoje se conhece (TILLY, 1984; LARSON, 1989), ou trabalhos acadêmicos que, por outro lado, estavam cientes do fenômeno, porém não, ainda, do termo (NATIONAL..., 1996). Segundo o autor, o termo *Big Data* “[...] provavelmente teve origem em conversas na mesa de almoço na Silicon Graphics Inc. (SGI) por volta da metade da década de 1990 [...]” (DIEBOLD, 2018, p. 4, tradução nossa).

Os trabalhos seminais sobre o fenômeno identificam três características principais – os chamados três Vs: Volume, Variedade e Velocidade. Essas dimensões foram definidas por Lanei (2001) e consolidadas na literatura científica (GANDOI; HAIDER, 2015), embora, nesse primeiro artigo, o termo *Big Data* não seja usado. Lanei (2001, tradução livre) fala em Gestão de dados 3D (volume de dados, velocidade de dados e variedade de dados). Essas dimensões acabaram se consolidando na literatura científica como as principais características distintivas do *Big Data*. A elas, posteriormente, foram acrescentadas mais três dimensões pelos especialistas: Veracidade,

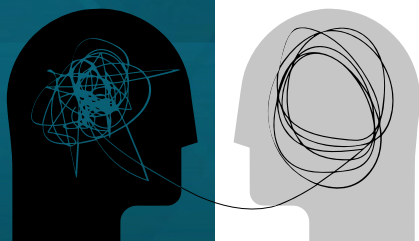


Variabilidade e Valor. Essas últimas são atribuídas, respectivamente, à IBM, SAS e Oracle (GANDOI; HAIDER, 2015).

Volume de dados é a característica mais proeminente, mas sem um ponto de corte, ou valor mínimo que determine se um conjunto de dados é *Big Data* ou não. (GANDOI; HAIDER, 2015). Isso porque o desenvolvimento tecnológico, a miniaturização dos dispositivos e o rápido aumento da capacidade de processamento de dados inviabiliza uma parametrização prescritiva e definitiva – vide os casos dos vídeos que “quebraram a internet” porque ultrapassaram todas as visualizações previstas na plataforma Youtube e elevam, cada vez mais, o patamar de “grande volume”.

A variedade diz respeito à heterogeneidade estrutural dos dados. Projetos de *big data* costumam conter dados estruturados (dados tabulares encontrados em planilhas e bases de dados relacionais), semi-estruturados (como *Extensible Markup Language* (XML)) e não estruturados (textos, imagens, áudio e vídeo) (GANDOI; HAIDER, 2015). Esse aspecto é importante pois apenas 5% dos dados existentes estão em formato estruturado (CUKIER, 2010). Em outras palavras, com o surgimento desses outros tantos formatos de dados que se podem criar análises mais complexas e sofisticadas. Porém, dados não estruturados precisam passar por processamento(s) para que sejam indexados, cruzados e analisados como os dados estruturados, e este é um dos grandes desafios dos Cientistas de Dados atualmente: automatizar o processo de “leitura” de dados que não estão nativamente classificados – e fazê-lo em larga escala.

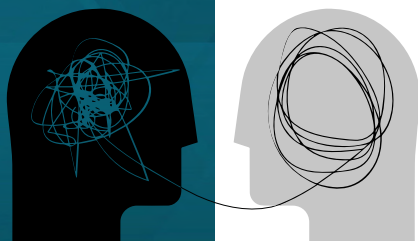
A velocidade também é uma dimensão muito relevante. Refere-se a dados sendo gerados muito rapidamente, a partir de diferentes tipos de coletores (*logs*, sensores, GPS, etc.) (GANDOI; HAIDER, 2015). A possibilidade de análise desses dados em tempo real é disruptiva para a conveniência dos usuários. Um exemplo são os aplicativos que



combinam geolocalização em smartphones com dados em tempo real de tráfego para indicar o trajeto mais rápido de um ponto a outro.

Quanto aos outros três Vs, tem-se a Veracidade, a Variabilidade, e o Valor. A dimensão veracidade diz respeito à imprecisão inerente aos dados obtidos pelas diferentes fontes. O exemplo de Gandoi e Haider (2015) são os sentimentos, dificilmente identificados de forma confiável e indubitável em grandes volumes de dados, já que envolvem julgamento humano. A variabilidade está ligada à inconstância dos períodos em que os dados são produzidos, podendo ser entendida como um desdobramento da dimensão velocidade. Por fim a dimensão valor é definida como a dimensão de relevância dos dados: em estado bruto e formato original, os dados pouco valem em relação ao seu volume, mas a partir do momento em que são limpos, classificados, conectados, e analisados, adquirem valor agregado para os interessados.

Já a Ciência de Dados foi mencionada na literatura acadêmica pela primeira vez em 2001, em um texto do professor de Estatística e de Ciência da Computação americano, William S. Cleveland. (FINZER, 2013). O documento apresenta um plano de ampliação das tarefas do estatístico, definindo seis áreas técnicas para um departamento universitário formar o que ele chamou de analista de dados (“*data analyst*”). Como o plano sugere mudanças substanciais na formação tradicional em Estatística, Cleveland nomeia esse novo campo como Ciência de dados. As seis áreas propostas estão acompanhadas do respectivo percentual de distribuição de cursos em cada área que deveriam fazer parte da formação do analista de dados. São elas: Investigações multidisciplinares (25%); Modelos e Métodos para Dados (20%); Computação com Dados (15%); Pedagogia (15%); Avaliação de ferramentas (5%); e Teoria (20%). (CLEVELAND, 2001, p. 414, tradução nossa).

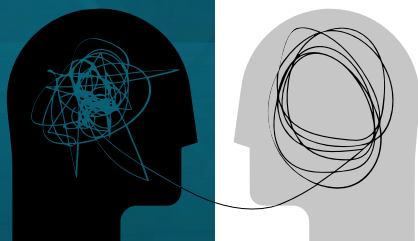


Em 2008 o termo Cientista de Dados é cunhado por Patil e Hammerbacher e posteriormente adotado nos anúncios de vagas nas gigantes de tecnologia como o *LinkedIn* e *Facebook*, que o usaram para denominar profissionais para lidar com o grande volume e tráfego de dados nas mídias sociais. (DAVENPORT; PATIL, 2012, tradução nossa; CURTY; SERAFIM, 2016). Também nesse período há um incremento de interesse pelo tópico na comunidade científica, que pode ser observado com o aumento na frequência de documentos contendo o termo “*big data*” na biblioteca de pesquisa da ProQuest (GANDOMI E HAIDER, 2015, p. 139). Passando de menos de 100 em 2010 para quase 400 em 2011, a frequência continuou subindo nos anos seguintes, ultrapassando 1300 artigos em 2012 e 1800 em 2013.

Diferentes trabalhos abordam as competências necessárias para esses profissionais, tanto pela via da formação acadêmica quanto pela via da demanda de mercado. Em relação à formação, em uma análise de 93 cursos em ciência de dados ofertados por instituições estadunidenses, Curty e Serafim (2016) relatam que “[...] a formação em ciência de dados atribui grande ênfase a habilidades estatísticas, matemáticas e computacionais, incluindo programação e modelagem avançada, sendo que muitas destas são pré-requisitos para ingresso nestes cursos.”. (CURTY; SERAFIM, 2016, p. 307).

Já pela perspectiva da demanda de mercado, ofertas de emprego em plataformas *online* de recrutamento (Monster.com, Indeed.com e CareerBuilder.com) foram analisadas por Kim e Lee (2016). O levantamento de 1.240 vagas para Cientistas de Dados nos EUA concluiu que os Cientistas de Dados devem ser profissionais altamente experientes e com graus avançados de conhecimento. As principais áreas exigidas nos anúncios analisados foram estatística, modelagem de dados e aprendizado de máquina.

Para Bambini, Higa e Bonacelli (2017), as competências de um profissional apto a lidar com a Ciência de Dados consistem em



sólidos conhecimentos em matemática, estatística, probabilidade e computação, independente da formação que possuir. Porém, não está claro se essas são as competências utilizadas por quem está no mercado brasileiro atualmente para desempenhar suas funções. O presente estudo investiga essas competências.

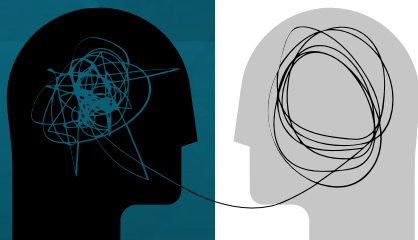
METODOLOGIA

O estudo quantitativo e descritivo utilizou como referência a pesquisa de Hayes (2016). Os dados foram coletados através de questionário, organizando as competências em cinco disciplinas: Negócios (N), Tecnologia (T), Matemática (M), Programação (P) e Estatística (E). O questionário continha 34 questões envolvendo a proficiência do profissional em cinco competências para cada grande área acima mencionada, além de tempo de mercado e área de atuação.

O respondente selecionou seu nível de proficiência em uma escala de cinco níveis: Noções básicas (conhece os fundamentos), Aprendiz (experiência limitada), Intermediário (aplicação prática), Avançado (teoria aplicada) ou Especialista (autoridade reconhecida). O respondente poderia ainda escolher a opção “Não se aplica”, o que anula sua contagem no universo de respostas desta questão. Esta classificação é baseada em uma escala de avaliação de proficiência utilizada pelo *National Institutes of Health* dos EUA (NIH) (OFFICE, 2009). Definições completas para cada nível de proficiência foram descritas nas instruções do questionário.

O questionário foi aplicado por meio digital, utilizando a plataforma Typeform⁷¹, através de 400 convites enviados para profissionais autodeclarados Cientistas de Dados e que, como

71 TYPEFORM. Disponível em < <http://www.typeform.com/> >. Acesso em: 04 fev. 2017.



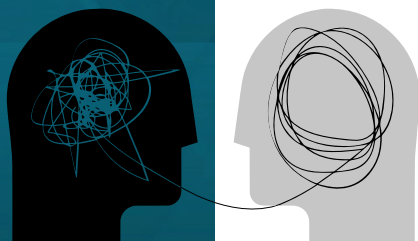
pré-requisito mínimo de formação, tivessem realizado capacitação específica em Ciência de Dados. Este grupo contém profissionais de diversos estados do Brasil (RJ, SC, GO, BH, SP, RS). A coleta dos resultados ocorreu entre novembro de 2016 a janeiro de 2017. Obteve-se 98 respondentes, cerca de 25% do total do universo desejado. Todas as respostas são anônimas e os resultados foram analisados pela perspectiva global (médias gerais) e pela perspectiva transversal, considerando agrupamentos por área de atuação (Negócios, Desenvolvedor, Criativo e Pesquisador).

RESULTADOS

Os resultados estão organizados em três grupos: a Análise global do perfil do Cientista de Dados brasileiro; o Perfil profissional por área de atuação; e o Desafio de ser especialista em múltiplas áreas.

ANÁLISE GLOBAL DO PERFIL DO CIENTISTA DE DADOS BRASILEIRO

Assumindo que o profissional que atua com *Big Data* pode desempenhar diferentes funções, a primeira pergunta era em relação à área em que majoritariamente o profissional atua no seu dia a dia – ou seja, se a maior parte das atividades que executa é oriunda da área de Negócios, da Pesquisa, Programação ou da área Criativa. Dos 98 respondentes, 40% atuam majoritariamente na área de Negócios, como gestor, líder ou empreendedor, 27% são da área de Pesquisa, atuando como pesquisador, cientista e/ou estatístico. Desenvolvedores (programador e/ou engenheiro) correspondem a 17% dos respondentes da pesquisa e 16% são Criativos (artista, hacker).



Analisando a proficiência de todos os pesquisados do ponto de vista das disciplinas (reunião das cinco competências de cada área), a maior média ficou com Matemática (52,30) seguida pela área de Negócios (52,25). Com média de 48,59 pontos vem a Tecnologia, seguida da Estatística (48,31) pontos, e por fim, a Programação, com 46,49 pontos, conforme demonstra o *Gráfico 1*. Porém, podemos observar que a experiência do Cientista de Dados avança em diferentes disciplinas, portanto uma análise por competência é bem-vinda.

Gráfico 1: Média de proficiência por disciplina (todos os perfis)



Fonte: dados da pesquisa.

Considerando individualmente a pontuação de cada competência, podemos chegar às competências mais desenvolvidas dos Cientistas de Dados brasileiros. O *Gráfico 2* mostra que, em média, a mais alta proficiência é em Dados estruturados (Tecnologia), com média de 63,09 pontos, seguida pela Gestão de Projetos (Negócios) com 60 pontos. Em seguida vem a Matemática, com 58,06 pontos, e depois o Desenvolvimento de Negócios (Negócios) com 57,98 pontos.

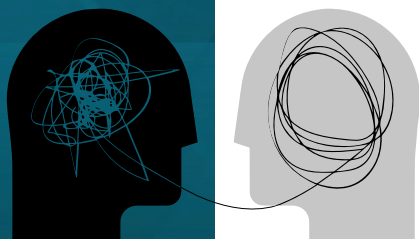
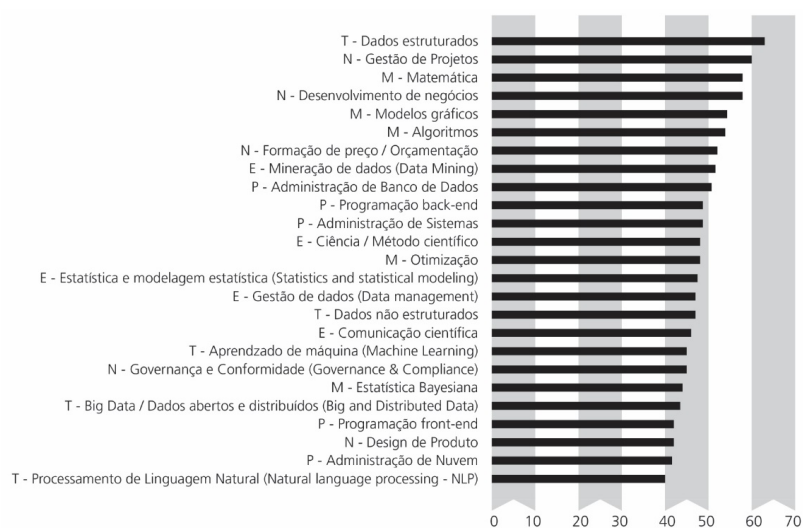


Gráfico 2: Competências do cientista de dados no Brasil

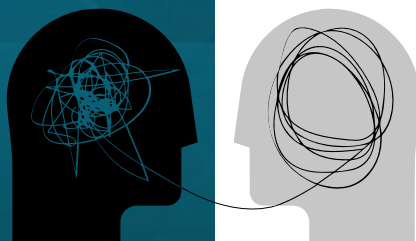


Fonte: dados da pesquisa.

Já entre as competências com menor índice médio estão Processamento de Linguagem Natural (Tecnologia), com 40 pontos, Administração de Nuvem (Programação), com 41,13 pontos e Design de Produtos (Negócios), apresentando 42,26 pontos em média.

PERFIL PROFISSIONAL POR ÁREA DE ATUAÇÃO

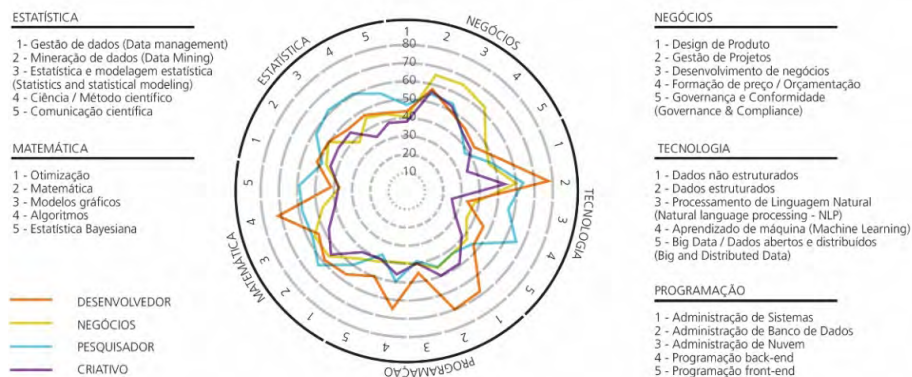
O Gráfico 3 apresenta as médias de proficiência dos profissionais agrupados por área de atuação (Negócios, Desenvolvedor, Criativo e Pesquisador). Nessa análise, a área de atuação do Cientista de Dados foi levada em consideração para que se pudesse visualizar especificamente quais competências cada área de atuação demanda.



Como era de se esperar, o profissional de Negócios apresenta em média conhecimentos mais avançados em matérias dessa área, como Gestão de projetos (65) e Desenvolvimento de negócios (65). Design de Produto foi a única competência abaixo de 50 pontos para esse profissional, e apresentou média 41.

No entanto, observa-se que o profissional de Negócios que atua como Cientista de Dados também possui conhecimentos avançados (pontuação acima da média considerando todos os perfis profissionais) em outras áreas. É o caso dos Dados estruturados (competência identificada como da área de Tecnologia), em que o profissional de negócios apresentou média 47, e Modelos gráficos (da Matemática) com pontuação 56, enquanto a média dessas competências são 47,05 e 54,57, respectivamente. Em uma contagem geral, o profissional de Negócios obteve pontuação acima da média em 6 (seis) competências e abaixo da média em 19 (dezenove).

Gráfico 3: Médias de competências por área de atuação do cientista de dados



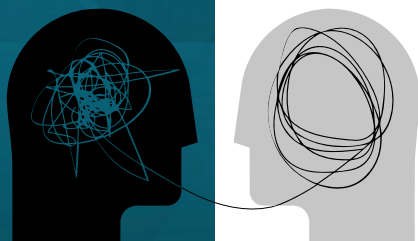
Fonte: dados da pesquisa.

O Cientista de Dados que atua como Desenvolvedor destaca-se em diversas competências, apresentando pontuação acima da média em 14 delas, e ficando abaixo da média em 11. As mais altas

pontuações ficaram em Dados estruturados (78 pontos, enquanto a média é de 63), Administração de Banco de Dados (70 pontos, enquanto a média é de 50) e Algoritmos (72 pontos, em uma competência com média 54). Ocorre que essas três competências pertencem a diferentes disciplinas, nomeadamente a Tecnologia, Programação e Matemática, respectivamente. Além disso, o Desenvolvedor possui pontuação acima da média em pelo menos uma competência das cinco áreas de conhecimento mencionadas nesse estudo (Negócios, Tecnologia, Programação, Matemática e Estatística), demonstrando uma proficiência harmônica superior aos Criativos e profissionais de Negócios.

Já os Criativos têm apenas uma competência acima da média, no caso a Administração de Sistemas (da área de Programação), com 49,09 pontos (média 48,53). Mesmo não estando acima da média, esse perfil tem algumas competências que ultrapassam os 50 pontos. São elas: Gestão de projetos (56,25), Desenvolvimento de negócios (52,50), Dados estruturados (53,75) e Matemática (54,29). As duas primeiras competências pertencem à área de Negócios, a terceira à Tecnologia e a última à área da Matemática. Mesmo que não tenha um desempenho acima da média geral, também nesse caso, o profissional tende a distribuir sua experiência em diferentes campos do conhecimento.

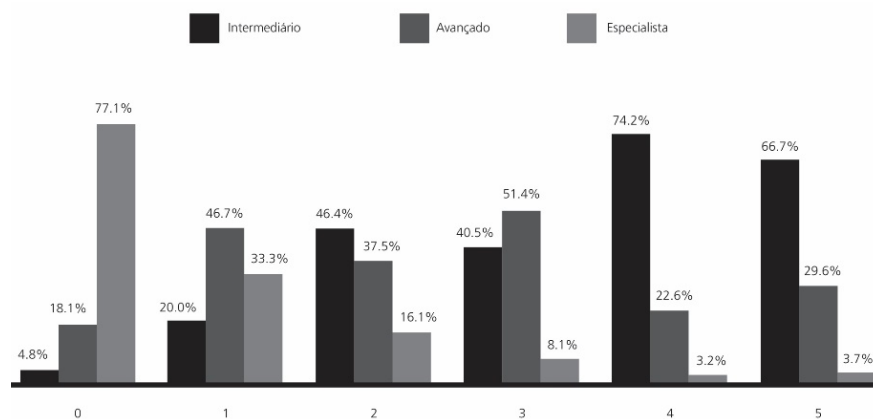
O profissional com perfil Pesquisador teve o melhor desempenho entre os perfis. Além de ter pontuações acima da média em pelo menos uma competência de cada uma das cinco áreas de conhecimento da pesquisa, o Cientista de Dados Pesquisador apresentou proficiência maior que a média em 17 competências. Os destaques ficaram em Aprendizagem de máquina, da área de Tecnologia, em que alcançou 66 pontos (média 45), Matemática (63 pontos, enquanto a média é 58), e Estatística Bayesiana, com pontuação 59 (média é 44). As duas últimas competências pertencem à Matemática e Estatística, respectivamente.



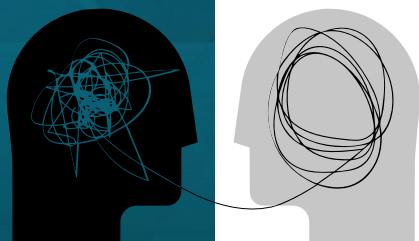
O DESAFIO DE SER ESPECIALISTA EM MÚLTIPLAS ÁREAS

Como se pode ver até aqui, os perfis de Pesquisador e Desenvolvedor apresentam pontuações acima da média em diversas competências. Isso não significa, no entanto, que sejam especialistas nos assuntos propostos. Pelo contrário, verificou-se que são pouquíssimos os profissionais que se consideram especialistas ou mesmo com conhecimento avançado em todas as disciplinas necessárias aos Cientistas de Dados. Ao contar quantas vezes os profissionais se consideravam de nível intermediário, avançado ou especialista em alguma competência, chegou-se ao *Gráfico 4*. Como se pode verificar, é muito baixo o número de Cientistas de Dados que se considera especialista nas cinco disciplinas, um total de 3,7% do grupo. Na verdade, 77% afirmam não possuir proficiência de especialista em nenhuma área.

Gráfico 4: Percentual de profissionais qualificados nas cinco áreas do estudo



Fonte: dados da pesquisa.

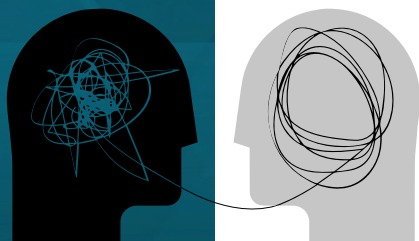


Assim, no Brasil, é mais fácil encontrar pessoas com nível intermediário em quatro ou cinco disciplinas utilizadas pela Ciência de dados (74,2% e 66,7%), do que especialistas em uma única área (33,3%).

DISCUSSÃO

No *Gráfico 1*, podemos visualizar as disciplinas com a média de proficiência mais altas entre os participantes da pesquisa. Destacam-se competências em Negócios e em Matemática, seguidos por Tecnologia e Estatística. Esses resultados, quando contrastados com o que Bambini, Higa e Bonacelli (2017) apresentam como competências técnico-científicas esperadas dos Cientistas de Dados (nomeadamente matemática, estatística, probabilidade e computação), trazem um novo elemento que é a habilidade em negócios. Esse acréscimo faz sentido à medida que consideramos as complexidades inerentes ao *Big Data*. As soluções apresentadas pelos Cientistas de Dados precisam ter, para além de viabilidade técnica, valor agregado em termos de inteligência de mercado. Precisam dar conta de resolver problemas complexos da empresa, instituição, governo, sociedade, com os dados que lhe são disponibilizados. Ferramentas criadas sem a intenção de solucionar problemas, ou que não foram criadas pensando no ponto de vista do negócio em si, podem servir apenas para gerar gráficos atraentes ou demonstrar proficiência técnica, mas sem funcionalidade ou aplicação relevante do ponto de vista organizacional/social.

Ao observar o *Gráfico 2* pode-se verificar que as competências não apresentam nenhuma ordem especial, ou seja, nem na faixa de maior proficiência nem na faixa de menor proficiência, as competências de uma única área predominam. Há, em todos os níveis do gráfico, competências espalhadas, do que se pode inferir

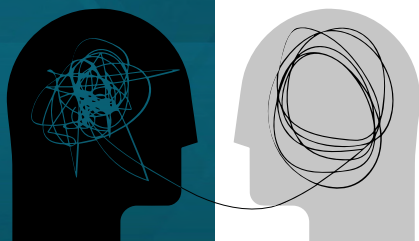


que não há uma área específica que, isoladamente, seja mais presente para estes profissionais.

O que chama atenção nessa relação, no entanto, é a última colocação da competência em Processamento de Linguagem Natural (PLN), uma área que lida justamente com um tipo de dado não-estruturado que é o texto (ou voz). Considerando o levantamento de Cukier (2010), que aponta que apenas 5% dos dados gerados estão em formato estruturado, dar conta dos outros 95% é certamente um grande desafio – ou oportunidade – para cientistas de dados.

Comparar a pontuação dos profissionais por área de atuação (*Gráfico 3*) mostrou-se útil para visualizar diferentes perfis profissionais e sua experiência profissional específica. Ou seja, se pôde confirmar que dependendo da área de atuação, cada profissional vai necessitar de competências diferentes. Por um lado, o que já era esperado era que competências vinculadas a uma disciplina específica seriam demandadas mais por profissionais atuantes nessa área.

Por outro lado, também se pôde observar que os Cientistas de Dados não se atêm apenas à sua área principal, mas sempre possuem conhecimentos avançados em outras áreas de conhecimento, o que caracteriza a interdisciplinaridade. Além de apresentar pontuações acima da média no seu campo de conhecimento (quando se comparando perfis de atuação em áreas diferentes), ele também busca superar a média em competências que extrapolam sua área de atuação primária. Dessa forma, nos parece que o cientista de dados brasileiro, no momento atual, tem um perfil próximo do que Cleveland vislumbrou em 2001, em sua proposta pedagógica para um curso que formasse analistas de dados, pois baseia suas práticas em conhecimentos de diferentes disciplinas. (CLEVELAND, 2001). O professor propunha que a capacitação do cientista de dados deveria passar por Investigações multidisciplinares, Modelos e métodos para dados, Computação com dados, Pedagogia, Avaliação de ferramentas, e Teorias.

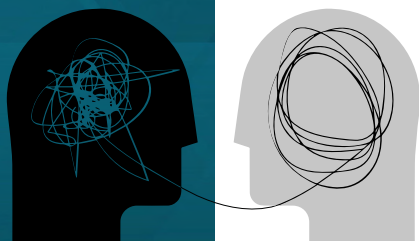


O último gráfico da análise (*Gráfico 4*) descreve exclusivamente a quantidade de vezes que os 98 profissionais se autodeclararam especialistas em determinados conhecimentos (competências). Como resultado, verifica-se que muito poucos Cientistas de Dados se consideram de fato especialistas em pelo menos uma das competências de cada uma das cinco grandes disciplinas do estudo (Negócios, Tecnologia, Matemática, Estatística e Programação), uma ínfima parcela de 3,7% dos respondentes. E profissionais que se consideram especialistas em uma área (33%) são mais raros do que profissionais com nível intermediário de proficiência em quatro ou cinco áreas do conhecimento (74% e 66%, respectivamente).

O estudo de Kim e Lee (2016), sobre as necessidades do mercado nos Estados Unidos da América (EUA) aponta para profissionais altamente experientes e com graus avançados de conhecimento. Os resultados dessa pesquisa supracitados mostram que a realidade do profissional brasileiro é de poucos especialistas em todas as grandes áreas (menos de 4%) e muitos profissionais com graus intermediários de proficiência nas diferentes habilidades do cientista de dados. Esse resultado sugere que, no momento atual, para as instituições atuarem com Ciência de Dados pode ser mais interessante reunir vários profissionais com diferentes competências em uma equipe multidisciplinar do que tentar encontrar um único cientista de dados que dê conta – tanto em variedade de conhecimentos quanto em tempo de experiência – de todas as demandas que os projetos com *Big Data* apresentam.

CONCLUSÕES

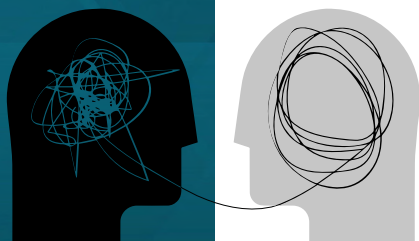
A crescente digitalização dos processos econômicos e sociais gerou uma explosão de dados que se tornaram fonte de vantagem



competitiva para diversas organizações. Mas o súbito aumento da oferta de um recurso causa a escassez daquilo que é necessário para explorar este recurso, como escreveu, ainda em 1971, o Nobel de Economia Herbert Simon, considerado um dos fundadores da Economia da Atenção (SIMON, 1971). Essa é a situação atual em relação aos Cientistas de Dados no Brasil e no mundo. Apenas nos EUA, a consultoria McKinsey estima que existirão mais de 250 mil vagas sem candidatos para esta função nos próximos anos (MCKINSEY..., 2016, p. 5). Embora não existam dados confiáveis para o Brasil ainda, o cenário que se apresenta no país é de carência de capacitação especializada e uma pulverização de competências nas vagas ofertadas nas plataformas de recrutamento online, que parecem buscar profissionais com muita experiência em várias disciplinas diferentes. Este estudo é um dos primeiros esforços estruturados para auxiliar na redução deste *gap*.

Quanto ao primeiro objetivo específico do trabalho, foram mapeadas as competências que o Cientista de Dados no Brasil possui, em que se destacaram os “Dados estruturados”, “Gestão de Projetos” e “Matemática”, com as médias mais altas entre os profissionais participantes. O resultado mais completo pode ser visualizado nos *Gráficos 1 e 2*. As competências com média mais baixa, ou seja, com menos profissionais especializados, foram “Processamento de Linguagem Natural (PLN)”, “Administração de Nuvem” e “Design de produto”.

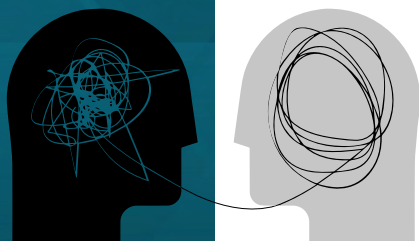
Para o segundo objetivo específico, o *Gráfico 3* apresenta diferentes perfis e suas inter-relações, através das competências mapeadas. O Cientista de Dados com foco em *Negócios* apresenta, em média, conhecimentos mais avançados em matérias dessa área (Gestão de projetos, Desenvolvimento de negócios, etc.), mas também possui conhecimentos avançados (pontuação acima da média considerando todos os perfis profissionais) em outras áreas. É o caso



de Dados estruturados (Tecnologia) e Modelos gráficos (Matemática). O Cientista de Dados que atua como *Desenvolvedor* destaca-se em diversas competências, sendo as mais altas pontuações em Dados estruturados (Tecnologia), Administração de Banco de Dados (Programação) e Algoritmos (Matemática). Além disso, o Desenvolvedor possui pontuação acima da média em pelo menos uma competência das cinco áreas de conhecimento, demonstrando uma proficiência harmônica superior aos Criativos e profissionais de Negócios.

Os *Criativos* têm apenas uma competência acima da média, a Administração de Sistemas (Programação). Mas mesmo não apresentando um desempenho acima da média geral, também nesse caso, o profissional distribui sua experiência em diferentes campos do conhecimento, pois possui entre suas notas médias mais altas competências pertencentes à disciplina Negócios, da Tecnologia e Matemática. O Cientista de dados *Pesquisador* teve o melhor desempenho entre os perfis. Além de ter pontuações acima da média em pelo menos uma competência de cada uma das cinco grandes disciplinas da pesquisa, esse profissional apresentou proficiência maior que a média em 17 (dezessete) competências. Os destaques foram Aprendizagem de máquina (Tecnologia); Matemática e Estatística Bayesiana (Matemática e Estatística, respectivamente). Conclui-se, portanto, que todos os perfis de atuação têm em comum a interdisciplinaridade, seja qual for sua área predominante.

Finalmente, em relação ao terceiro objetivo específico, quanto aos níveis de proficiência nas competências estudadas, apenas 3,7% do grupo se considera especialista nas cinco disciplinas – ou seja, declara-se especialista em pelo menos uma das competências de todas as áreas do conhecimento estudadas. Setenta e sete por cento afirmam não possuir proficiência de especialista em nenhuma área. Conclui-se que atualmente, no Brasil, é mais fácil encontrar pessoas com nível intermediário em quatro ou cinco áreas do conhecimento

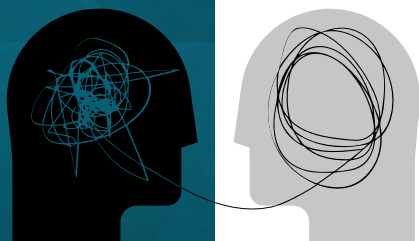


utilizadas pela Ciência de dados (74,2% e 66,7% respectivamente), do que especialistas em uma disciplina específica (33,3%).

O presente levantamento, ainda que não tenha a pretensão de representar uma amostra estratificada do universo dos profissionais que trabalham em organizações brasileiras, mostra que a interdisciplinaridade e o domínio casado de técnicas matemáticas/computacionais com habilidades de negócios são relevantes para o desenvolvimento profissional neste setor. O estudo também evidencia que é raro encontrar todas essas competências em um único profissional. Portanto, engajar equipes de Cientistas de Dados com perfis diferentes e complementares talvez seja o mais apropriado. Nesse sentido, pensar a estrutura de oferta de cursos universitários e os planos de carreira que devem ser desenhados para este perfil profissional pode ser muito frutífero – e talvez este possa ser o foco dos profissionais de Recursos Humanos e organizações do setor educacional e empresarial para suprir a falta desta capacitação no mercado brasileiro.

LIMITAÇÕES E ESTUDOS FUTUROS

O questionário não incluiu dados sobre a formação dos profissionais, o que foi proposital, já que a pesquisa é baseada na experiência empírica também coletada no estudo exploratório de Hayes (2016). A posição das competências dentro das cinco disciplinas também pode ser discutida, como, por exemplo, se Mineração de Dados pertence exclusivamente à área de Estatística, visto que muitos cursos de computação incluem essa matéria em seus currículos. A multidisciplinaridade e as diferentes concepções de área do conhecimento tensionam a classificação aqui apresentada. Trata-se, portanto, de uma escolha metodológica, espelhada no estudo prévio já



mencionado (HAYES, 2016), para organizar os dados para análise – e não pretende ser prescritiva em relação aos campos científicos. Como forma de evitar interpretações equivocadas, realizou-se a análise por competência individualmente (independente da disciplina), que pode ser vista no Gráfico 2.

Estudos futuros podem ampliar a amostra de participantes, além de questionar, para além das competências, dados contextuais e demográficos dos respondentes, como idade, área de formação, gênero, região e porte da empresa em que trabalha.

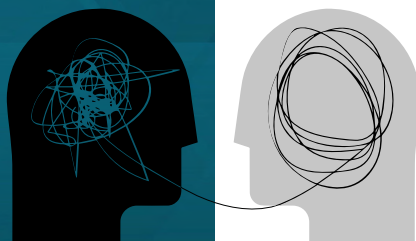
REFERÊNCIAS

BAMBINI, Martha Delphino; HIGA, Roberto Hiroshi; BONACELLI, Maria Beatriz Machado. Direcionadores tecnológicos da Pesquisa Agropecuária Intensiva em Dados: mapeamento de competências, ferramentas e infraestrutura. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROINFORMÁTICA (SBIAGro), 11., 2017, Campinas. *Anais...*, Campinas: Unicamp, 2-6 out. 2017. Disponível em: < <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/1083400/1/Direcionadorestbiagro2017.pdf> >. Acesso em: 14 abr. 2017.

BOERES, Sonia Araújo de Assis. *Competências necessárias para equipes de profissionais de preservação digital*. 2017. xvi, 293 f., il. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) –Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: < <http://repositorio.unb.br/handle/10482/24354> >. Acesso em: 15 abr. 2017.

CLEVELAND, W. S. Data science: an action plan for expanding the technical areas of the field of statistics. *International Statistical Review*, v. 69, n. 1, p. 21-26, 2001. Disponível em: < <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1751-5823.2001.tb00477.x> >. Acesso em: 14 abr. 2017.

CONEGLIAN, Caio Saraiva; GONÇALVES, Paula Regina Ventura Amorim; SANTARÉM SEGUNDO, José Eduardo. O Profissional da Informação na Era do Big Data. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, v. 22, n.50, p. 128-143, set./dez., 2017. DOI: 10.5007/1518-2924.2017v22n50p128. Disponível em: < <http://www.redalyc.org/html/147/14752558011/> >. Acesso em: 29 abr. 2017.



CUKIER, K. Data, Data everywhere: A special report on managing information. *The Economist*, New York, 25 fev. 2010. Special Report. Disponível em < <http://www.economist.com/node/15557443> >. Acesso em: 3 set. 2018.

CURTY, Renata Gonçalves; SERAFIM, Jucenir da Silva. A formação em ciência de dados: uma análise preliminar do panorama estadunidense. *Informação & Informação*, Londrina, v. 21, n. 2, 2016. Disponível em: < <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/artic/view/27945/20195> >. Acesso em: 1 abr. 2017.

DAVENPORT, Thomas H.; PATIL, D. J. Data Scientist: the sexiest job of the 21st century. *Harvard Business Review*, Brighton, MA, out. 2012. Disponível em: < <https://hbr.org/2012/10/data-scientist-the-sexiest-job-of-the-21st-century> >. Acesso em: 04 abr. 2017.

DIEBOLD, F. X. On the Origin(s) and Development of the Term “Big Data”. *PIER Working Paper 12-037*. Philadelphia, PA: Penn Institute for Economic Research, 2018. Disponível em: < https://www.sas.upenn.edu/~fdiebold/papers/paper112/Diebold_Big_Data.pdf >. Acesso em: 15 abr. 2018.

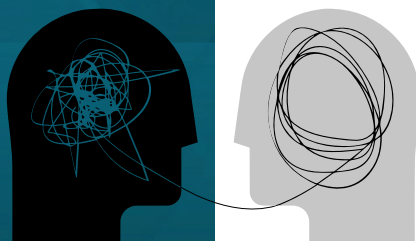
DIEBOLD, F.X. “Big Data” Dynamic Factor Models for Macroeconomic Measurement and Forecasting (Discussion of Reichlin and Watson papers). In: DEWATRIPONT, M., HANSEN, L.P., TURNOVSKY, S. (Eds.), *World Congress of the Econometric Society*, 8., 2003, Cambridge. *Advances in Economics and Econometrics*, Cambridge University Press, 2003. p. 115-122. Disponível em: < <https://www.sas.upenn.edu/~fdiebold/papers/paper40/temp-wc.PDF> >. Acesso em: 29 abr. 2017.

FINZER, W. The data science education dilemma. *Technology Innovations in Statistics Education*, Califórnia, v. 7, n. 2, 2013. Disponível em: < <http://escholarship.org/uc/item/7gv0q9dc> >. Acesso em: 22 ago. 2016.

FLORIDI, Luciano. Big Data and Their Epistemological Challenge. *Philosophy & Technology*, Oxford, v. 25, n.4, p. 435-427, dez. 2012. DOI: 10.1007/s13347-012-0093-4. Disponível em: < <https://link.springer.com/article/10.1007/s13347-012-0093-4> >. Acesso em: 01 maio 2017.

GANDOMI, Amir; HAIDER, Murtaza. Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, [S.l.], v. 35, n. 2, p. 137-144, 2015. Disponível em: < <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401214001066> >. Acesso em: 15 jan. 2017.

GOOGLE TRENDS. 2018. Disponível em: < <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&q=big%20data> >. Acesso em: 3 jan. 2018.



HAYES, Bob. Data Science Skills and the Improbable Unicorn. *AnalyticsWeek*, Nashua/NH, 20 jan. 2016. Disponível em: < <https://analyticsweek.com/content/data-science-skills-and-the-improbable-unicorn/> >. Acesso em: 14 out. 2016.

KIM, J. Y.; LEE, C. K. An empirical analysis of requirements for data scientists using online job postings. *International Journal of Software Engineering and its Applications*, Seoul, v. 10, n. 4, p. 161-172, 2016. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.14257/ijseia.2016.10.4.15> >. Acesso em: Acesso em: 4 abr. 2017.

LANEY, D. 3-D data management: Controlling data volume, velocity and variety. *Application Delivery Strategies by META Group Inc.* 6 fev. 2001. Disponível em: < <http://blogs.gartner.com/doug-laney/files/2012/01/ad949-3D-DataManagement-Controlling-Data-Volume-Velocity-and-Variety.pdf> >. Acesso em: 29 abr. 2017.

LARSON, Eric. They're Making a List: Data Companies and the Pigeonholing of America. *Washington Post*, 27 jul. 1989. Disponível em: <https://www.nap.edu/catalog/5505/massive-data-sets-proceedings-of-a-workshop> >. Acesso em: 29 abr. 2017.

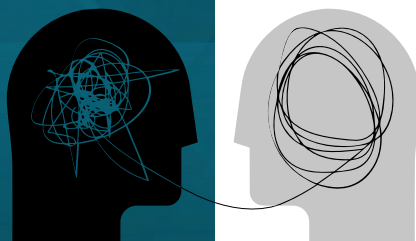
MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. McKinsey Report - The age of analytics: competing in a data-driven world. [S/l], dez. 2016. 136 p. Disponível em: < <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Analytics/Our%20Insights/The%20age%20of%20analytics%20Competing%20in%20a%20data%20driven%20world/MGI-The-Age-of-Analytics-Full-report.ashx> >. Acesso em: 29 maio 2018.

NATIONAL RESEARCH COUNCIL. *Massive Data Sets: Proceedings of a Workshop*. Washington, DC: The National Academies Press, 1996. Disponível em: < <https://doi.org/10.17226/5505> >. Acesso em: 29 abr. 2017.

OFFICE OF HUMAN RESOURCES AT THE NATIONAL INSTITUTES OF HEALTH. *Competencies Proficiency Scale*. Bethesda, MD, 12 jan. 2009. Disponível em < <https://hr.od.nih.gov/workingatnih/competencies/proficiencyscale.htm> >. Acesso em: Acesso em: 1 abr. 2017.

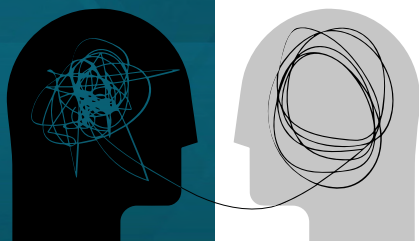
RIBEIRO, Claudio Jose Silva. Organização da Informação no ambiente Web: produzindo conhecimento a partir de grandes volumes de dados. In: Congresso ISKO España, 12.; II Congresso ISKO España-Portugal, 2., 19-20 nov. 2015, Murcia. *Anais...* Murcia: Universidad de Murcia, 2015. Disponível em: < http://www.iskoiberico.org/wp-content/uploads/2015/11/57_Silva.pdf >. Acesso em: 15 abr. 2017.

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa social*: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1985. 287 p.



SIMON, Herbert. Designing organizations for an information-rich world. In: GREENBERGER, M. (ed.). Computers, communications, and the public interest. Baltimore: Johns Hopkins University Press, p. 37-52, 1971.

TILLY, Charles. The Old New Social History and the New Old Social History. *Review (Fernand Braudel Center)*, v. 7, n. 3, p. 363-406, 1984. Disponível em: < <https://www.jstor.org/stable/40241514> > . Acesso em: 29 abr. 2017.





15

Felipe Bonow Soares
Raquel Recuero
Paula Viegas
Carolina Bonoto
Luiz Ricardo Hüttner

COROQUINA E DESINFORMAÇÃO SOBRE COVID-19 NA MÍDIA SOCIAL DO BRASIL

DOI: [10.31560/pimentacultural/2021.854.273-292](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2021.854.273-292)

INTRODUÇÃO

O espalhamento de desinformação tem sido um problema no combate ao Covid-19. A circulação de informações falsas ou enganosas e de polarização nos discursos sobre o vírus foi chamado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) de “infodemia”⁷². Esse fenômeno tem como consequência uma resposta social inadequada no combate ao vírus, o que tende a aumentar o número de pessoas infectadas. No Brasil, observamos que a infodemia está especialmente associada ao discurso político e a desinformação tem enquadrado a pandemia como um tema político (RECUERO & SOARES, 2020; RECUERO, SOARES & ZAGO, 2020; SOARES, BONOTO et al., 2020).

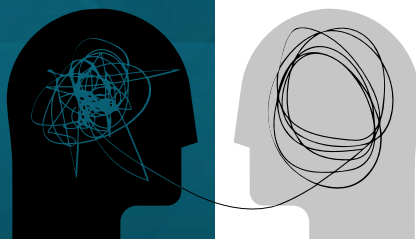
Nesse contexto, nosso objetivo é discutir como a desinformação sobre o Covid-19 circulou no Twitter, Facebook e Instagram. Para tanto, escolhemos a discussão sobre a hidroxiclороquina (HCQ), medicamento que foi apontado como cura ou profilaxia para o Covid-19 pelo presidente Jair Bolsonaro (sem partido) e outros líderes políticos, ainda que evidências científicas apontem sua ineficácia no tratamento da doença e a OMS tenha se posicionado de forma contrária ao seu uso⁷³. Apesar das instruções da OMS e da divulgação de estudos científicos sobre o tema, 18% dos brasileiros acreditam que a droga é a cura da doença⁷⁴, indicando o impacto da desinformação.

Para as análises, coletamos publicações das três plataformas entre março e julho de 2020. Para a coleta de dados do Twitter, utilizamos o Social Feed Manager (PROM, 2017). Já nas coletas do Instagram e Facebook, utilizamos o CrowdTangle (2020). Tais coletas foram

72 <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management/>.

73 <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/10/16/oms-estudo-global-revela-que-remdesivir-e-cloroquina-nao-funcionam.htm>.

74 <https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/Saude/noticia/2020/07/18-dos-brasileiros-acreditam-que-hidroxiclороquina-cura-covid-19.html>.



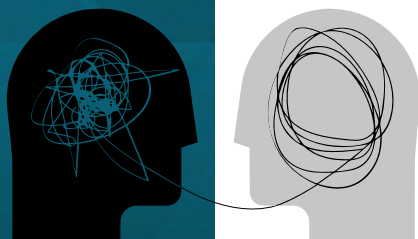
utilizadas em pesquisas já realizadas pelo nosso grupo de pesquisa, o MIDIARS⁷⁵: dados do Twitter em Recuero, Soares e Zago (2020), dados do Instagram em Soares, Bonoto et al. (2020), dados do Facebook em Soares, Viegas et al. (2020). Nessas investigações, utilizamos métodos mistos para a análise dos dados, a análise de redes sociais para compreender os ecossistemas de circulação de informações sobre o tema e a análise de conteúdo para analisar publicações específicas.

PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS E CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Plataformas de redes sociais são espaços onde usuários possuem perfis identificáveis, articulam conexões com outros usuários e podem consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdos produzidos por suas conexões (ELLISON & BOYD, 2013). As práticas sociais produzidas nessas ferramentas dependem das interfaces e funcionalidades técnicas das plataformas, que possibilitam amplas, mas finitas, formas de uso, que podem ser apropriadas pelos usuários de maneira planejada ou não pela plataforma (D'ANDRÉA, 2020). Assim, as práticas sociais nas plataformas de redes sociais são dependentes das *affordances* das plataformas.

O conceito tem relação com a usabilidade e as propriedades relacionais de uma determinada ferramenta, e não devem ser considerados apenas como recursos, pois as tecnologias constituem um ambiente composto de caminhos e artifícios que permitem determinadas ações em cada uma dessas plataformas (BUCHER & HELMOND, 2018). As *affordances* dizem respeito às possibilidades de participação nesses ambientes e suas dinâmicas resultantes,

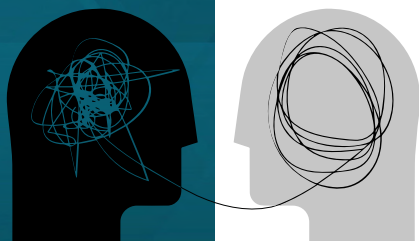
75 Grupo de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais. Mais informações em: <https://wp.ufpel.edu.br/midiars>.



formando um conjunto de propriedades que usuários de diferentes plataformas devem enfrentar regularmente (BOYD, 2011). Os públicos em rede, segundo boyd (2011), são transformados pela plataforma a partir de suas *affordances*. Por isso, compreender essas propriedades a partir de suas possibilidades e dinâmicas é essencial para entender a lógica das práticas sociais.

A noção de *affordance* se refere a um processo interativo na forma como usuários e as ferramentas das plataformas afetam uns aos outros (EVANS et al., 2017). Isto é, o conceito de *affordance* não se refere somente às funcionalidades técnicas das plataformas, nem somente aos usos realizados pelos usuários, mas ao processo relacional entre ambos, que envolvem as formas como as ferramentas indicam seus usos e também a adaptações e experimentações dos usuários (EVANS et al., 2017). Isto é importante, porque as *affordances* afetam as formas de interações nas diferentes plataformas e, conseqüentemente, os fluxos de circulação de informações nestes espaços.

A circulação de informação nas plataformas de redes sociais possui particularidades importantes, especialmente porque é dependente da ação dos usuários nestes espaços (ZAGO & BASTOS, 2013). Os usuários se apropriam das ferramentas disponibilizadas pelas plataformas (como o *retweet* no Twitter e o botão de compartilhar no Facebook) para realizar este processo. Assim, os usuários dão maior visibilidade a informações específicas, fazendo com que o conteúdo circule em redes mais amplas de usuários (RECUERO, ARAÚJO & ZAGO, 2011). Além disso, poucos usuários muito ativos podem afetar diretamente a circulação de conteúdo, dando maior visibilidade a temas específicos (BASTOS, RAIMUNDO & TRAVITZKI, 2013). Estas características também podem favorecer a circulação em larga escala de conteúdos problemáticos, como a desinformação (WARDLE & DERAKHSHAN, 2017).

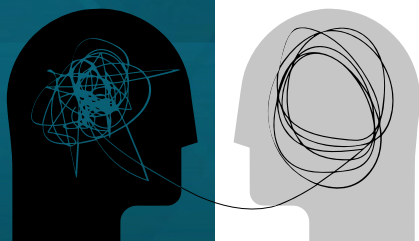


DESINFORMAÇÃO E POLARIZAÇÃO

A desinformação é o conteúdo distorcido, manipulado ou inteiramente falso que busca enganar, geralmente visando objetivos políticos (BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018). A circulação deste tipo de conteúdo parece ser facilitada por contextos de polarização política e motivada por mídias hiperpartidárias (RECUERO, SOARES & GRUZD, 2020). A polarização favorece contextos de exposição seletiva, quando há preferência no consumo e circulação de um tipo de conteúdo específico (STROUD, 2010). Isto também pode afetar negativamente a forma como os indivíduos reagem à pandemia (ALLCOTT et al., 2020), pois a falta de conteúdos diversos torna difícil desmentir uma desinformação.

Os veículos hiperpartidários são mídias que favorecem uma narrativa política na produção de informações (BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018). Essas mídias estão frequentemente associadas ao espalhamento de desinformação (RECUERO, SOARES & GRUZD, 2020). A centralidade das mídias hiperpartidárias e da desinformação em apenas um dos grupos polarizados gera um contexto de polarização assimétrica, que também é motivado pela ação de outros usuários, como ativistas e líderes políticos (BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018). Ou seja, a polarização assimétrica ocorre quando um dos grupos polarizados reproduz majoritariamente conteúdo hiperpartidário, baseado frequentemente em desinformação, enquanto o outro grupo dá maior centralidade a conteúdo jornalístico.

Nestes contextos, os líderes de opinião podem ter um papel importante na circulação e legitimação de desinformação. Os líderes de opinião são indivíduos com prestígio social, que mais do que “informar” outros indivíduos, possuem um papel importante na “legitimação” de um conteúdo (KATZ, 1957). Assim, quando líderes



de opinião compartilham desinformação, acabam gerando maior impacto, em função de seus públicos estabelecidos e da autoridade social que possuem.

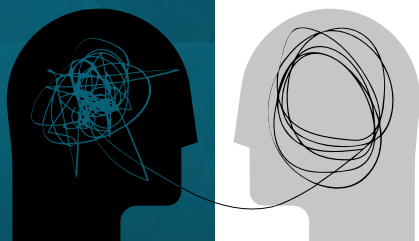
É importante, portanto, entender como estes diferentes atores influenciam a circulação de desinformação em cada plataforma. Além disso, observar o papel das *affordances* nestes espaços. Para isso, analisamos a circulação de desinformação sobre a hidroxicloroquina em três plataformas.

MÉTODO

Como dissemos, nosso objetivo é discutir como a desinformação sobre o Covid-19 circulou no Twitter, Facebook e Instagram, particularmente analisando as discussões sobre a hidroxicloroquina como cura ou profilaxia para a doença. Para tanto, coletamos dados referentes a este tópico nas três plataformas entre março e julho de 2020.

Para a coleta de *tweets*, utilizamos o Social Feed Manager (PROM, 2017). Entre 01 de março e 20 de julho de 2020, coletamos 925.537 *tweets* que mencionavam “hidroxicloroquina + coronavírus” (n=302.897) e “cloroquina + coronavírus” (n=622.640). Deste conjunto de dados, filtramos os *tweets* que continham URLs (n=159.560). Utilizamos a análise de redes sociais (ARS - WASSERMAN & FAUST, 1994) para analisar a estrutura de circulação de URLs e a análise de conteúdo (KRIPPENDORF, 2013) para verificar o tipo de fonte de informação e a presença de desinformação nas URLs mais compartilhadas⁷⁶.

76 Estes dados foram originalmente analisados em Recuero, Soares e Zago (2020).



Para a coleta de publicações do Facebook e do Instagram utilizamos o CrowdTangle (2020). Nos dois casos, coletamos publicações de páginas e grupos públicos entre 01 de março e 30 de julho de 2020 que continham os termos “hidroxicloroquina” ou “cloroquina” + “covid” ou “coronavírus”. No caso do Facebook, coletamos apenas publicações que continham URLs. Como o Instagram não permite o compartilhamento de URLs ativas nas publicações, coletamos todos os tipos de publicações (imagens e vídeos). No total, coletamos 70.951 publicações do Facebook e 5.124 publicações do Instagram.

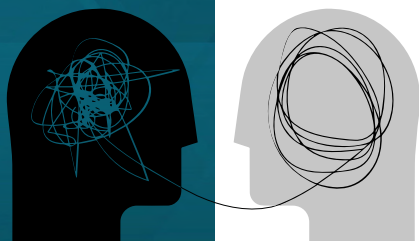
Para a análise das publicações do Facebook, separamos publicações em páginas públicas e grupos públicos e utilizamos novamente a ARS para analisar a estrutura de compartilhamento de URLs e a análise de conteúdo para identificar a fonte de informação e verificar a presença de desinformação nas URLs mais compartilhadas⁷⁷. Para a análise das publicações do Instagram, selecionamos as 200 publicações com maior número de interações. Ainda que estas representam apenas aproximadamente 4% do nosso conjunto de dados, foram responsáveis por mais de 60% das interações. Utilizamos a análise de conteúdo para identificar o tipo de influenciadores, o discurso produzido nas publicações e a presença de desinformação⁷⁸. Consideramos desinformação todo o conteúdo baseado em informações falsas ou que distorcia informações verdadeiras. Para isto, utilizamos veículos de *fact-checking* e serviços de verificação da mídia tradicional quando necessário.

RESULTADOS

Abaixo, descrevemos os principais achados nas análises realizadas em cada uma das plataformas. Ao final, discutimos as

⁷⁷ Estes dados foram originalmente analisados em Soares, Viegas et al. (2020).

⁷⁸ Estes dados foram originalmente analisados em Soares, Bonoto et al. (2020).

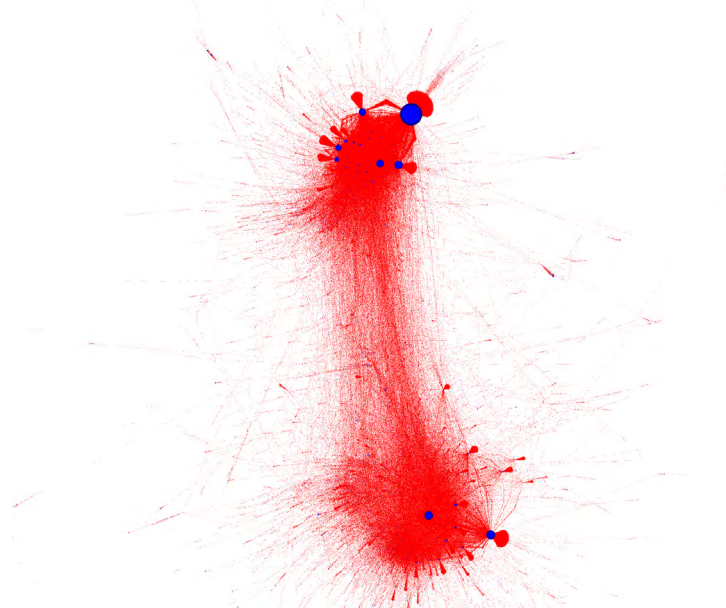


características em comum do espalhamento de desinformação no Twitter, no Facebook e no Instagram e também as particularidades da circulação de desinformação em cada plataforma.

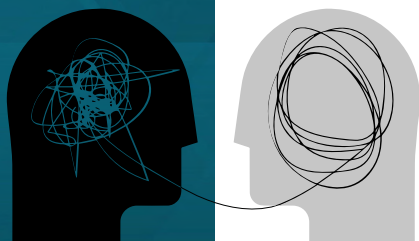
Twitter

Para a análise da circulação de URLs no Twitter, criamos uma rede bipartida com nós que representam usuários do Twitter (vermelho) e nós que representam URLs (azul). As conexões se formam quando um usuário compartilhou uma URL. Identificamos polarização no compartilhamento de URLs no Twitter, o que indica que os dois grupos na rede compartilham informações diferentes. Isto é, o que circula em um grupo não circula no outro.

Figura 1: Circulação de URLs no Twitter



Fonte: Recuero, Soares & Zago (2020)



Analisamos as 100 URLs que mais circularam em cada grupo e descobrimos também que os grupos possuem “dietas informacionais” bastante diferentes. O *cluster* da parte superior da rede produziu principalmente um discurso pró-hidroxicloroquina, enquanto o grupo da parte inferior da rede produziu discurso contrário ao uso do medicamento para o Covid-19. O grupo favorável ao medicamento compartilhou mais desinformação, especialmente oriunda de URLs de veículos hiperpartidários, já o grupo anti-hidroxicloroquina deu preferência a conteúdo jornalístico.

Tabela 1: Dados de conteúdo e dos veículos

Tipos de Conteúdo	Cluster pró-HCQ	Cluster anti-HCQ
Desinformação	72	7
Conteúdo verificado	28	93
Tipos de Veículo		
Veículos hiperpartidários	64	5
Veículos jornalísticos	20	80
Veículos institucionais	2	10
Mídia Social	14	5

Fonte: Recuero, Soares & Zago (2020)

Por fim, identificamos que os usuários do grupo pró-HCQ eram mais ativos, o que favoreceu o espalhamento da desinformação. Os usuários do grupo favorável ao uso do medicamento possuem uma média de 1,7 conexões por nó, enquanto a média dos usuários contrários é 1,5. Além disso, identificamos que o grupo pró-HCQ tem um núcleo expressivo de usuários muito ativos no espalhamento das URLs, o que é menos comum no grupo contrário ao uso do medicamento.

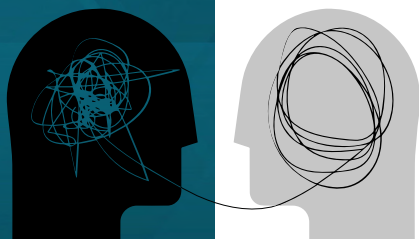


Figura 2: Nós com mais de 5 tweets com URLs no cluster pro-HCQ

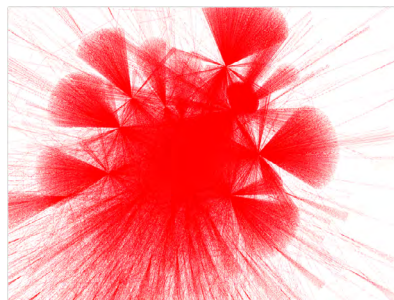
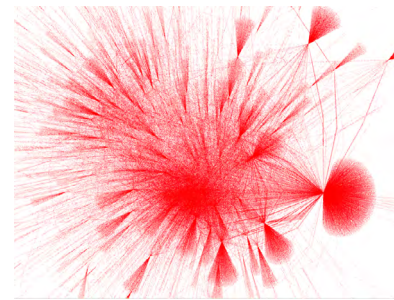


Figura 3: Nós com mais de 5 tweets com URLs no cluster anti-HCQ



Fonte: Recuero, Soares & Zago (2020)

Facebook

Para as análises do Facebook, novamente utilizamos redes bipartidas. Como a circulação de URLs no Facebook foi mais dispersa, especialmente no caso das páginas públicas, selecionamos apenas o maior componente da rede e utilizamos cálculos de grupabilidade para identificar as vizinhanças que compartilharam URLs semelhantes. Abaixo, a visualização das redes de páginas e das redes de grupos.

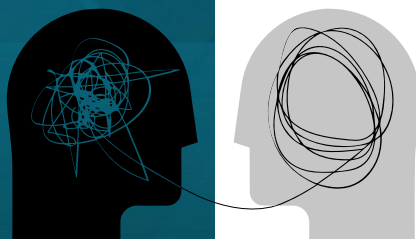
Figura 3: Rede das páginas



Figura 4: Rede dos grupos



Fonte: Soares, Viegas et al. (2020)



Nos dois casos, encontramos um grupo contrário ao uso de hidroxiclороquina (verde) e um favorável (azul). Portanto, temos novamente *clusters* com “dietas informacionais” distintas. Além disso, observamos diferenças no comportamento de circulação de URLs entre os dois *clusters* e entre as duas redes. O grupo pró-HCQ foi mais ativo nos dois casos e a média de compartilhamentos é mais alta na rede dos grupos (grau ponderado médio), conforme detalhado na tabela abaixo.

Tabela 2. Métricas de cada *cluster*

Métricas	Rede das páginas		Rede dos Grupos	
	Anti-HCQ	Pró-HCQ	Anti-HCQ	Pró-HCQ
N. de nós	1.722	2.082	3.578	4.034
N. de URLs	1.329	1.586	2.660	2.789
N. de arestas	2.262	2.745	7.632	13.999
G. pond. médio	1,335	1,349	2,26	3,863

Fonte: Soares, Viegas et al. (2020)

A diferença entre páginas e grupos é importante, porque tem reflexo no número de compartilhamento das URLs. Enquanto os dois *clusters* totalizam pouco mais de 5,5 mil publicações de URLs na rede das páginas, este número é de mais de 28,5 mil publicações na rede dos grupos. O *cluster* pró-HCQ é especialmente ativo na rede de grupos, com quase 18,5 mil publicações. O *cluster* pró-HCQ também aparece mais associados ao espalhamento de desinformação, especialmente na rede de grupos. Nas tabelas abaixo, detalhamos a análise das 50 URLs mais compartilhadas em cada *cluster* e a frequência no compartilhamento destas URLs.

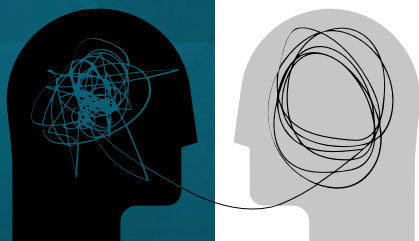


Tabela 3: URLs mais compartilhadas

Rede	Rede das páginas				Rede dos Grupos			
	Anti-HCQ		Pró-HCQ		Anti-HCQ		Pró-HCQ	
	Freq.	Des.	Freq.	Des.	Freq.	Des.	Freq.	Des.
Imprensa	48	0	16	1	38	0	13	0
Hiperpartidário	1	0	28	22	11	0	32	25
Mídia social	1	0	1	1	0	0	2	2
Institucional	0	0	5	1	1	0	3	1
Total	50	0	50	25	50	0	50	28

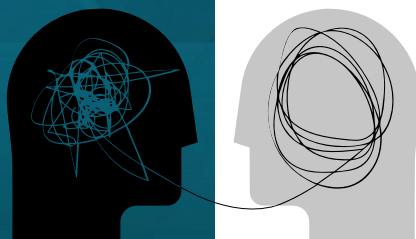
Fonte: Soares, Viegas et al. (2020)

Tabela 4: Frequência do compartilhamento de URLs

Rede	Rede das páginas		Rede dos Grupos	
	Anti-HCQ	Pró-HCQ	Anti-HCQ	Pró-HCQ
Desinformação	0	316	0	2509
Outro	613	299	2092	2416
Total	613	615	2092	4925

Fonte: Soares, Viegas et al. (2020)

O contexto de assimetria observado no Twitter também aparece em páginas e grupos no Facebook. Vemos que o *cluster* anti-HCQ compartilha principalmente URLs da imprensa e conteúdo que não contém desinformação, já o *cluster* pró-HCQ dá preferência a mídias hiperpartidárias e conteúdo desinformativo. Também notamos diferenças entre páginas e grupos. Nos dois *clusters*, há maior centralidade de mídias hiperpartidárias na rede de grupos, além disso, o *cluster* pró-HCQ também está mais associado a desinformação nos grupos. As dinâmicas de participação mencionadas na análise das redes também refletem a frequência de compartilhamento de desinformação. Como vemos, a frequência dos grupos pró-HCQ é bastante superior à do



grupo anti-HCQ e na comparação com as páginas. Isto pode ser influenciado pelas *affordances* do Facebook, já que as páginas são geralmente gerenciadas por um ou poucos usuários, enquanto nos grupos qualquer participante pode publicar conteúdo. Assim como no Twitter, vemos o *cluster* pró-HCQ mais ativo do que o anti-HCQ, o que tem impacto na circulação da desinformação.

Instagram

A partir da análise das 200 publicações com mais interações, descobrimos que a maioria produzia um discurso favorável ao uso da hidroxicloroquina para o tratamento do Covid-19 (n=90). Ainda encontramos um cenário de polarização nos discursos, também com muitas publicações contrárias ao uso do medicamento (n=76). Apenas algumas mencionavam a hidroxicloroquina apenas como parte de um contexto, mas não produziam discurso específico sobre o medicamento (n=34). Novamente, descobrimos que a maioria das publicações favoráveis ao medicamento continham desinformação (n=67), enquanto nenhuma das que apresentavam posicionamento contrário reproduziu desinformação.

Notamos especial influência de políticos no discurso favorável ao uso do medicamento para o tratamento da Covid-19 e também no espalhamento de desinformação. Isto reforça um enquadramento político na desinformação, que é reproduzida para favorecer uma narrativa política. Os veículos hiperpartidários também foram responsáveis pelo espalhamento de desinformação

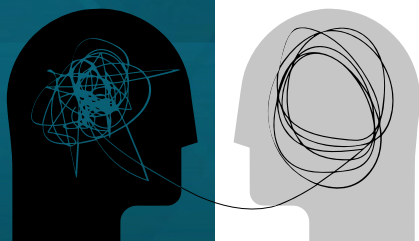


Tabela 5: Distribuição das mensagens por tipo de discurso

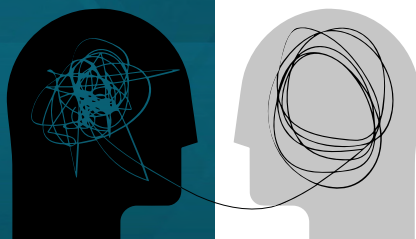
Líder de Opinião	Pró-HCQ		Anti-HCQ	
	Mensagens	Desinformação	Mensagens	Desinformação
Políticos	55	51	1	0
Imprensa	15	2	30	0
Mídias Hiperpartidárias	10	8	19	0
Páginas de política	7	4	20	0
Páginas de saúde	1	0	1	0
Jornalistas	0	0	1	0
Institucionais	1	1	0	0
Outros	1	1	4	0
Total	90	67	76	0

Fonte: Soares, Bonoto et al. (2020)

Nesta análise, notamos a importância dos políticos no espalhamento da desinformação. Eles foram responsáveis pela maioria das mensagens desinformativas e suas publicações também tiveram grande impacto na plataforma, já que suas 51 mensagens com desinformação foram responsáveis por 38,9% do total de interações das 200 publicações analisadas.

DISCUSSÃO

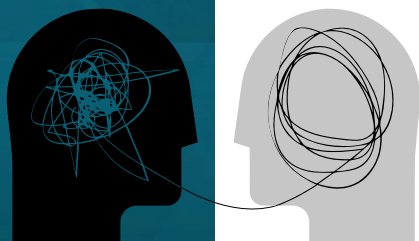
Nossos dados mostraram elementos comuns em todas as plataformas. O contexto de polarização nos discursos, por exemplo, é um destes elementos. Ele esteve presente em todas as análises, sempre com conteúdo favorável ao uso da hidroxicroquina para o tratamento e cura da Covid-19 de um lado, e contrário de outro.



Isto pode ser problemático para o combate à doença, pois favorece a emergência de sentimentos polarizados (ALLCOTT et al., 2020), ou seja, de posicionamentos antagônicos, o que pode dificultar a ação coletiva. Além disso, vemos que esta polarização também se reflete na circulação de URLs no Twitter e no Facebook. Em todos os casos, encontramos um *cluster* pró-HCQ e outro contrário, de forma que o conteúdo que circula em um, não circula no outro. Esses dados indicam que um contexto de exposição seletiva (STROUD, 2010), que dificulta a circulação de conteúdo que possa desmentir a desinformação.

Em comum, também identificamos que essa polarização nos discursos foi assimétrica em todas as plataformas (BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018). Enquanto os *clusters* anti-HCQ dava maior visibilidade a conteúdo da imprensa e não aparecia associado a desinformação, o oposto ocorria nos *clusters* pró-HCQ, que compartilhavam desinformação sobre o tema, muitas vezes utilizando mídias hiperpartidárias. Identificamos também a associação entre este tipo de veículo e o espalhamento de desinformação, já que a maior parte do conteúdo desinformativo nas redes do Twitter e Facebook eram oriundos de mídias hiperpartidárias.

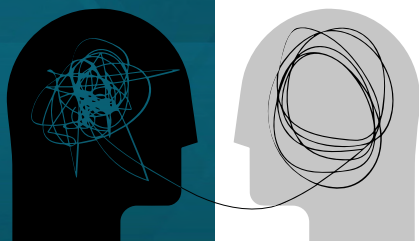
Também foi possível observar a influência das *affordances* das diferentes plataformas nos resultados analisados. As diferentes propriedades relacionais de usabilidade e as dinâmicas decorrentes das possibilidades de participação (BUCHER; HELMOND, 2018; BOYD, 2011) geram efeitos nos discursos publicados. No Twitter, a possibilidade de fazer *retweet* das mensagens influencia a circulação e legitimação das mesmas. No Facebook foi possível perceber com mais detalhamento os efeitos das *affordances*, considerando a análise de publicações tanto em páginas, quanto em grupos da plataforma. Em páginas, as publicações são públicas e ficam disponíveis para qualquer usuário. Nos grupos, mesmo que públicos, os recursos disponíveis permitem um melhor engajamento entre participantes, já



que os integrantes de um determinado grupo tendem a compartilhar posicionamentos políticos e sociais. Já no Instagram, a centralidade da imagem nas publicações também tem efeitos sobre os conteúdos compartilhados. Além disso, não se podem publicar URLs nas publicações, o que faz com que a discussão tenha que se desenvolver no próprio corpo do texto.

Neste contexto, as *affordances* do Instagram dão maior relevância para os líderes de opinião (KATZ, 1957). Nesta plataforma, observamos que os políticos foram responsáveis pela maioria das mensagens desinformativas e geraram alto impacto na circulação de desinformação. As 51 mensagens desinformativas de políticos no Instagram geraram quase 40% do total de interações das 200 publicações analisadas. Isto indica que além de aparecerem mais associados a desinformação, os políticos pró-HCQ também tiveram alto impacto na rede. Assim, vemos como os públicos estabelecidos de líderes de opinião no Instagram podem impactar o espalhamento de desinformação.

Já nas outras plataformas, é possível notar a influência de usuários muito ativos, engajados em compartilhar um conteúdo específico (BASTOS, RAIMUNDO & TRAVITZKI, 2013). Estes usuários foram especialmente importantes nos *clusters* pró-HCQ no Twitter e na rede de grupos do Facebook. Este resultado também está relacionado com as *affordances* das plataformas (EVANS et al., 2017), já que no Twitter e nos grupos do Facebook a circulação de conteúdo é mais dependente das atividades dos usuários. Assim, estes usuários muito ativos ampliaram a circulação da desinformação. Entendemos que essa ação dos usuários no contexto do Twitter é uma forma de apropriação das características da plataforma, já que a atividade destes usuários serviu para impulsionar a circulação do conteúdo. Já no contexto do Facebook, as interações em grupos, mesmo que públicos, se dão de forma mais “privada” do que no contexto das



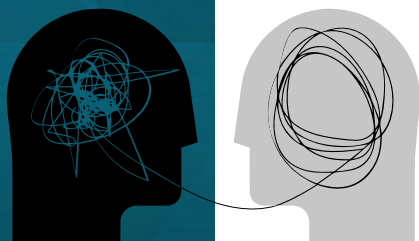
páginas. Assim, os usuários parecem mais propensos a compartilhar conteúdo desinformativo e se apoiar em mídias hiperpartidárias nas postagens feitas em grupos.

De forma geral, a comparação entre as plataformas realça a importância de olhar para as *affordances* e como cada plataforma pode influenciar na circulação de conteúdo. Estes resultados também indicam que as formas de combate a desinformação devem ser focadas no contexto de cada plataforma, observando as especificidades destes espaços. Enquanto marcar conteúdo de páginas de grande visibilidade no Facebook e Instagram pode ser uma estratégia para a redução da desinformação, no contexto do Twitter e dos grupos do Facebook podem ser necessárias estratégias que analisem as ações coletivas e o impacto de usuários muito ativos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, comparamos a circulação de conteúdo sobre a hidroxicloroquina no Twitter, Facebook e Instagram. Os nossos resultados apontam para um contexto de polarização nos discursos, o que pode favorecer a exposição seletiva e dificultar a ação coletiva no combate ao Covid-19. Além disso, identificamos assimetrias na polarização, com o grupo pró-hidroxicloroquina mais associado ao espalhamento de desinformação.

Também observamos particularidades de cada plataforma, influenciadas por suas *affordances*. Páginas do Facebook e do Instagram podem gerar maior impacto em função de seus públicos estabelecidos. Já no contexto do Twitter e dos grupos do Facebook, usuários muito ativos podem influenciar a circulação de informações e impulsionar conteúdo desinformativo. Estes



resultados, realçam a necessidade de ações focadas em cada plataforma para o combate à desinformação.

O nosso estudo possui algumas limitações. A nossa discussão é baseada em estudos já realizados pelo MIDIARS, assim algumas das limitações destes estudos acabam refletindo neste artigo. Há limites nas coletas de dados em todas as plataformas, o que pode afetar parte dos resultados. Além disso, utilizamos diferentes tipos de dados para comparar as plataformas: no Twitter, tivemos acesso a dados de usuários públicos na plataforma; no Facebook, somente tivemos acesso a publicações contendo URLs de páginas e grupos públicos monitorados pelo CrowdTangle; enquanto no Instagram, o acesso foi apenas a publicações de perfis públicos. Ainda que possamos discutir os principais resultados encontrados, a comparação entre as plataformas possui limitações em função dos tipos de dados utilizados.

REFERÊNCIAS

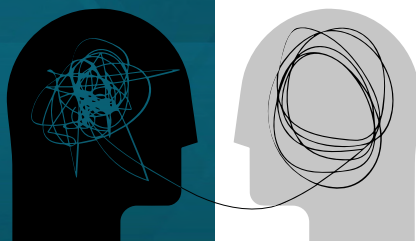
ALLCOTT, H.; BOXELL, L.; CONWAY, J. C.; GENTZKOW, M.; THALER, M.; YANG, D. Y. *Polarization and Public Health: Partisan Differences in Social Distancing during the Coronavirus Pandemic* (Working Paper No. 26946; Working Paper Series). National Bureau of Economic Research. 2020. DOI: <https://doi.org/10.3386/w26946>.

BENKLER, Y.; FARIS, R.; ROBERTS, H. *Network Propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York: Oxford University Press, 2018.

BASTOS, M. T.; RAIMUNDO, R. L. G.; TRAVITZKI, R. Gatekeeping Twitter: message diffusion in political hashtags. *Media, Culture & Society*, v.35, n.2, p. 220-270, 2013.

BOYD, D. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, edited by Zizi Papacharissi, 39-58. London: Taylor & Francis, 2011.

BUCHER, T.; HELMOND, A. The Affordances of Social Media Platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media*, Sage Publications, 2018, pp. 233–253.



CROWDTANGLE TEAM. *CrowdTangle*. Facebook, Menlo Park, California, United States, 2020. URL: <https://apps.crowdtangle.com/search/>.

D'ANDRÉA, C. *Pesquisando plataformas online: conceitos e método*. Salvador: EDUFBA, 2020.

ELLISON, N. B.; BOYD, d. Sociality through Social Network Sites. In: DUTTON, W. H. (Ed.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, 2013 (p. 151-172).

EVANS, S. K.; PEARCE, K. E.; VITAK, J.; TREEM, J. W. Explicating Affordances: a Conceptual Framework for Understanding Affordances in Communication Research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 22, n. 1, p. 35-52, January 2017. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12180>.

KATZ, E. The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis. *Political Opinion Quarterly*, v. 21, n. 1, p. 61-78, 1957. DOI: <https://doi.org/10.1086/266687>.

KRIPPENDORF, K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. California, CA: Sage Publications, 2013.

PROM, C. Tool Report: Social Feed Manager. *MAC Newsletter*, v. 45, n. 2, Article 9, 2017.

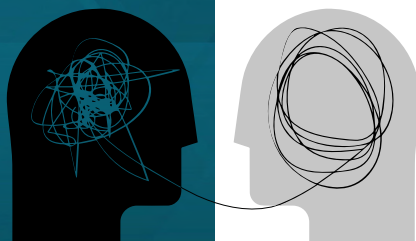
RECUERO, R.; ARAÚJO, R.; ZAGO, G. How does Social Capital affect Retweets?. *Proceedings of International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, V, Barcelona, Spain: AAAI, 2011.

RECUERO, R.; SOARES, F. O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso. *E-Compós*, Ahead of Print, 2020. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.2127>.

RECUERO, R.; SOARES, F. B.; GRUZD, A. Hyperpartisanship, Disinformation and Political Conversations on Twitter: The Brazilian Presidential Election of 2018. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 14(1), p. 569-578, 2020.

RECUERO, R.; SOARES, F. B.; ZAGO, G. Polarization, Hyperpartisanship and Echo Chambers: How the disinformation about Covid-19 circulates on Twitter. *SciELO Preprints*, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1154>.

SOARES, F.; BONOTO, C.; VIEGAS, P.; SALGUEIRO, I.; RECUERO, R.; Disputas discursivas e desinformação no Instagram sobre o uso da hidroxyclorequina como tratamento para o Covid-19. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43, 2020. UFBA, Salvador, *Anais...* São Paulo: Intercom, 2020.



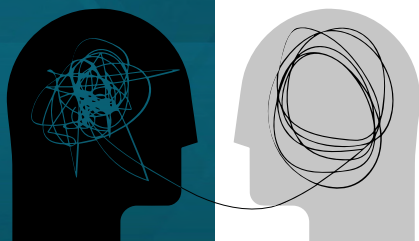
SOARES, F.; VIEGAS, P.; BONOTO, C.; RECUERO, R. Covid-19, disinformation and Facebook: circulation of URLs about hydroxychloroquine on public pages and groups. *SciELO Preprints*, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1476>.

STROUD, N. J. Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*, v. 60, n. 3, p. 556-576, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x>.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

ZAGO, G.; BASTOS, M. T. Visibilidade de Notícias no Twitter e no Facebook: Análise Comparativa das Notícias mais Repercutidas na Europa e nas Américas. *Brazilian Journalism Research*, v. 9, n. 1, p. 116-133, 2013.



SOBRE OS AUTORES E AS AUTORAS

ORGANIZADORAS

Ana Taís Martins

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2003), mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1998) e bacharel em em Comunicação Social - Jornalismo pela UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1992), com pós-doutorado em Filosofia da Imagem pela Université Jean Moulin - Lyon/3, França (2013). Coordenadora e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS. Professora do Departamento de Comunicação da UFRGS. Líder do Imaginalis – Grupo de Estudos sobre Comunicação e Imaginário / CNPq / UFRGS, o qual fundou em 2008. Membro do comitê diretor do CRI2i (Centre de Recherches Internationales sur l’Imaginaire). Autora dos livros “Sob o nome de real: imaginários no jornalismo e no cotidiano” (Porto Alegre: Armazém Digital, 2008) e “Jornalismo, magia, cotidiano”(Canoas: Ed. da Ulbra, 2003).

E-mail: anataismartins@icloud.com

Camila Freitas

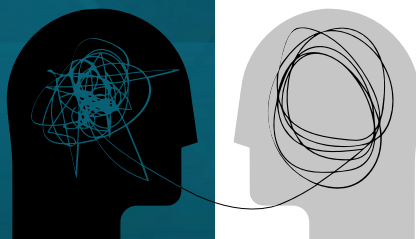
Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), mestra em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS) e bacharela em Comunicação Social, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Membro do Imaginalis – Grupo de Pesquisa sobre Comunicação e Imaginário (CNPq/UFRGS).

E-mail: camila.freitas@ufrgs.br

AUTORAS E AUTORES

Ana Javes Luz

Mestra e doutoranda em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS). Coordenadora executiva do Observatório da Comunicação Pública



(OBCOMP). Integrante do grupo de pesquisa Núcleo de Comunicação Pública e Política (Nucop) e da rede de pesquisa Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). Jornalista graduada pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

E-mail: anajaves@gmail.com

Bibiana de Moraes Dias

Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), orientada pela Prof^a Dr^a Ana Taís Martins Portanova Barros, integra o grupo de pesquisa Imaginalis. É jornalista formada pela Universidade Federal de Pelotas (UFPe) e especializada em Docência do Ensino Superior (UNIDERP).

E-mail: bibianamdias@gmail.com

Carolina Bonoto

Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS) e pesquisadora no Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS). Áreas de interesse: gênero, sexualidade e internet; democracia e Direitos Humanos.

E-mail: c.bonoto@gmail.com

Felipe Bonow Soares

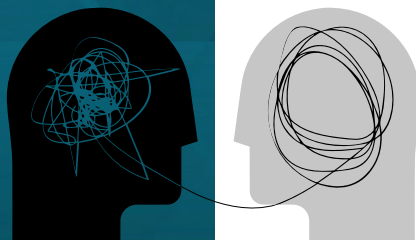
Doutorando em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS) e pesquisador no Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS). Áreas de interesse: análise de redes sociais, desinformação, discurso, discussões políticas e polarização.

E-mail: fbonowsoares@gmail.com

Fiorenza Zandonade Carnielli

Mestra e doutoranda em Comunicação e Informação junto ao PPGCOM UFRGS. Jornalista e Relações Públicas graduada pela UFMG. Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Pública e Política (NUCOP UFRGS) e do Observatório da Comunicação Pública (OBCOMP UFRGS). Professora da Universidade de Caxias do Sul.

Email: fiorenzazc@gmail.com



Francisco dos Santos

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UFRGS. Doutor e Mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS e membro do Imaginalis – Grupo de Pesquisa em Comunicação e Imaginário (CNPq/UFRGS). Professor e Coordenador do Núcleo de Publicidade e Propaganda da Agência Experimental da Faculdade de Comunicação Social da Uniritter. Estuda as relações entre Publicidade e Propaganda e sustentabilidade ambiental a partir dos estudos do imaginário.

Email: chico.f.santos@gmail.com

Gleides Medins de Menezes

Mestra em Ciências Humanas pela Universidade do Estado do Amazonas (PPGICH/UEA). Graduada em Ciências Políticas e Ciências Econômicas pela Universidade do Estado do Amazonas (UEA).

E-mail: gmenezes@uea.edu.br

Gleilson Medins de Menezes

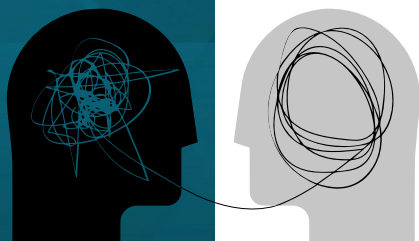
Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Imaginário (Imaginalis/UFRGS). Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (PPGSCA/Ufam). Graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/Ufam).

E-mail: gleilsonmedins@ufam.edu.br

Graziele Rodrigues de Oliveira

Doutoranda em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS – 2020 - atual). Bolsista Capes. Mestre em Literatura Comparada pela Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA-2019). Especialista em Geopolítica e Relações Internacionais pela Rede de Educação Claretiano (2017). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pelo União Educacional de Cascavel (Univel-2015) e Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pelo Centro de Ensino Superior de Maringá (Unicesumar-2010).

Email: grazielecomz@gmail.com



Luciana Monteiro Krebs

Mestre em Linguística Aplicada na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Doutoranda em Ciências Sociais na KU Leuven (Belgium) e Doutoranda em Comunicação e Ciência da Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Email: luciana.monteiro@kuleuven.be ou luciana.monteiro@ufrgs.br

Luis Fernando Herbert Massoni

Doutorando e mestre em Comunicação e Informação, bacharel em Biblioteconomia e estudante de Museologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Email: luisfernandomassoni@gmail.com

Luiz Ricardo Hüttner

Doutorando em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS) e pesquisador no Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS). Áreas de interesse: jornalismo, desinformação e fake news.

E-mail: luizricardohuttner@gmail.com

Marcelo Oliveira Coutinho de Lima

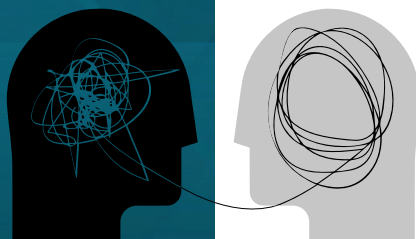
Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP). Coordenador do Mestrado Profissional em Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Email: marcelo.coutinho@fgv.br

Maria Helena Weber

Professora do PPGCOM/ UFRGS. Pesquisadora Bolsista do CNPq, Coordenadora do grupo de pesquisa Núcleo de Comunicação Pública e Política (NUCOP) e do Observatório de Comunicação Pública (OBCOMP). Integra o Conselho Gestor do INCT-DD. Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ). Mestre em Sociologia e graduada em Comunicação Social (UFRGS). Trabalho mais importante: Comunicação Pública e Política: pesquisa e práticas, com Coelho, M; Locatelli, C. (2017).

E-mail: maria.weber@ufrgs.br



Marjuliê Angonese

Doutoranda e mestra em Comunicação pela UFRGS, especialista em Cultura Digital e Redes Sociais pela Unisinos e jornalista graduada pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). É pesquisadora do Laboratório de Interação Mediada por Computador (LIMC-UFRGS). Atualmente, é diretora de Comunicação Social do TRF4. Foi repórter nas rádios Caxias, São Francisco, BandNews e Guaíba, pela qual venceu a 33ª edição do Prêmio Vladimir Herzog de Direitos Humanos, na categoria Rádio.

Email: marjuliemartini@gmail.com

Paula Viegas

Doutoranda em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS) e pesquisadora no Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS). Áreas de interesse: mídia digital, discurso, gênero e sexualidade.

E-mail: paularviegas@gmail.com

Priscila Gayer

Doutoranda em Comunicação pelo PPGCOM UFRGS. Mestre em Turismo (UCS) e Professora da Universidade Federal do Rio Grande (FURG).

E-mail: prittyta@gmail.com.

Raquel Recuero

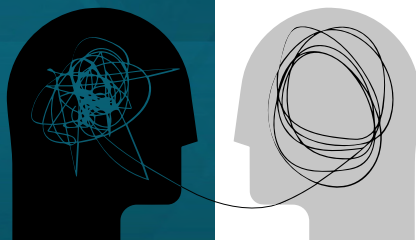
Professora e pesquisadora do PPGCOM/UFRGS e do PPGL/UFPEL. É Coordenadora do Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS), e pesquisadora do CNPq. Áreas de interesse: discurso, conversações políticas, gênero, violência, redes sociais e mídias sociais.

E-mail: raquel.recuero@ufpel.edu.br

Rayane Lacerda

Bacharela em Jornalismo pela UFPel. Mestranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS e membro do Imaginalis – Grupo de Pesquisa em Comunicação e Imaginário (CNPq/UFRGS). Estuda as interfaces entre os aspectos do feminino e a comunicação por meio das teorias da imagem e do imaginário, tendo interesse na relação entre fotografia e natureza.

Email: raylavisi@gmail.com



Ricardo Cappra

Graduado em Processamento de Dados pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). Cientista de dados chefe da Cappra Data Science.

E-mail: ricardo@cappra.com.br

Rudimar Baldissera

Doutor em Comunicação Social. Mestre em Comunicação/Semiótica. Professor e pesquisador na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Bolsista produtividade do CNPq. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP) da UFRGS.

Email: rudimar.badiserra@ufrgs.br

Sérgio Gabriel Fajardo

Relações-Públicas. Mestrando e bolsista CAPES no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisador membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP).

Email: sfajardopoa@hotmail.com

Tarcízio Macedo

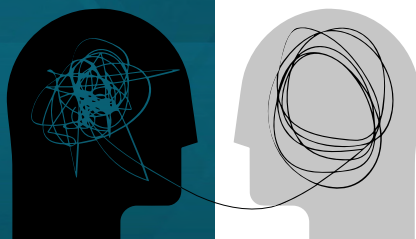
Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Especialista em Comunicação Científica na Amazônia pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (Naea, UFPA). Membro da Rede Nacional de Pesquisa em Jogo e Cultura Política (Metagame) e pesquisador do Laboratório de Artefatos Digitais (UFRGS) e do Laboratório de Pesquisa Midiática na Amazônia (UFPA) e de outros três grupos de pesquisa da UFPA.

Email: tarcizio.macedo@bol.com.br

Valdir Jose Morigi

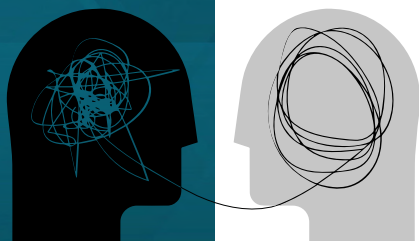
Professor titular da FABICO/UFRGS, doutor em Sociologia pela USP. Bolsista de Produtividade CNPq. Atua nos cursos de graduação de Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia, além de ser professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) e do Programa de Pós-graduação de Museologia e Patrimônio (PPGMUSPA) ambos da mesma instituição.

Email: valdir.morigi@ufrgs.br



Yvets Morales Medina

Doutoranda do PPGCOM-UFRGS, na linha de pesquisa Culturas, Política e Significação. Orientada pela professora Nísia Martins do Rosário. Bolsista CAPES. Mestra em Ciências da Comunicação Processos Midiáticos (UNISINOS). Mestra em Comunicación y Educación (UAB-España). Pesquisadora integrante do GP Processocom, Corporalidades e Rede AMLAT.
Email: yvetismorales@gmail.com



ÍNDICE REMISSIVO

A

Afeto 120
 Amazonas 17, 213, 218, 219, 221, 225,
 228, 295
 Amazônia 209, 214, 215, 216, 217, 218,
 225, 227, 229, 230, 238, 244, 245, 247,
 248, 249, 295, 298
 amor 15, 112, 113, 114, 119, 122, 123, 124,
 125, 126
 amor neoliberal 15, 112
 Análise 105, 147, 197, 205, 206, 257, 275,
 292, 294, 296, 297
 antropológica 239
 atuação 32, 43, 50, 52, 76, 134, 135, 136,
 195, 235, 251, 256, 257, 259, 260, 264, 267
 automatização 232

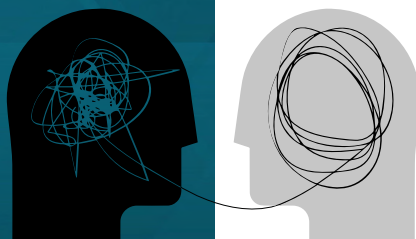
B

batuque 66
 batuqueiro 14, 56, 57, 66, 67, 70

C

cidadania 14, 19, 21, 25, 26, 27, 34, 35, 36,
 37, 39, 43, 46, 54, 55, 79, 102, 111
 cidades 17, 102, 152, 153, 208, 210, 214,
 215, 216, 218, 219, 220, 223
 cientista 250, 257, 259, 260, 264, 265
 cientista de dados 250, 257, 259, 260,
 264, 265
 circulação 17, 18, 23, 35, 39, 45, 46, 63,
 65, 133, 173, 191, 193, 194, 216, 274, 275,
 276, 277, 278, 280, 282, 283, 285, 287,
 288, 289
 Cloroquina 17, 273
 competências 17, 155, 160, 250, 251, 255,
 256, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264,
 265, 266, 267, 268, 269

Comunicação 13, 14, 19, 20, 21, 22, 23,
 25, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37,
 40, 43, 54, 55, 63, 64, 71, 72, 84, 127, 167,
 185, 201, 202, 205, 206, 207, 228, 239,
 248, 249, 291, 293, 294, 295, 296, 297,
 298, 299
 comunicação organizacional 14, 29, 40, 42,
 46, 47, 48, 54, 55, 56, 57, 63, 65, 66, 70,
 71, 202
 Comunicação Pública 14, 19, 20, 21, 22, 25,
 28, 30, 31, 33, 34, 35, 37, 55, 293, 294, 296
 comunicacional 14, 40, 41, 42, 43, 49, 52,
 56, 57, 58, 59, 62, 63, 64, 66, 69, 80, 82,
 91, 175, 188, 190, 192, 194, 196, 201, 204,
 205, 206, 228, 230
 comunidade 13, 23, 66, 67, 68, 69, 70, 71,
 72, 135, 143, 158, 161, 165, 174, 185, 193,
 211, 221, 222, 255
 conceitos 14, 39, 48, 56, 75, 77, 99, 100,
 105, 144, 147, 170, 175, 182, 206, 207,
 233, 291
 conexão 15, 75, 79, 80, 81, 83, 84, 139, 229
 consequências 21, 75, 227, 238
 consumo 87, 91, 92, 93, 103, 107, 119,
 122, 132, 135, 139, 143, 145, 151, 167,
 193, 195, 196, 277
 contemporâneo 150, 232
 conteúdo 20, 29, 45, 135, 140, 141, 197,
 198, 201, 203, 206, 275, 276, 277, 278,
 279, 281, 284, 285, 286, 287, 288, 289
 corpo 15, 69, 76, 80, 82, 98, 99, 100, 101,
 104, 105, 108, 110, 111, 120, 121, 122,
 124, 125, 132, 133, 137, 139, 142, 144,
 145, 211, 234, 288
 Covid-19 17, 273, 274, 278, 281, 285, 286,
 289, 291, 292
 Criativos 257, 261, 267



crítica 14, 19, 20, 22, 26, 29, 34, 36, 44, 48, 55, 96, 113, 114, 119, 126, 134, 185, 207, 237

cultura 14, 15, 27, 54, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 68, 69, 70, 71, 74, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 101, 102, 117, 123, 125, 144, 148, 150, 158, 162, 166, 167, 176, 185, 195, 196, 206, 207, 216, 227

D

dados 28, 29, 33, 58, 59, 81, 152, 158, 198, 199, 200, 203, 204, 217, 220, 221, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 274, 275, 278, 279, 286, 287, 290, 298

democracias 20, 22, 27, 39

desejo 15, 112, 114, 120, 121, 122, 124, 125, 126, 131, 134, 135, 136, 144, 147, 191, 237

Desenvolvedor 257, 259, 260, 261, 262, 267
desenvolvimentos 236

desinformação 17, 18, 33, 273, 274, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 294, 296

dessacralização 15, 73, 75, 76, 77, 79, 83

discursos 16, 21, 24, 83, 88, 89, 92, 95, 96, 105, 109, 110, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 144, 145, 182, 183, 184, 274, 285, 286, 287, 289

Discussão 187, 263, 286

E

elementos 27, 87, 144, 151, 156, 158, 161, 164, 165, 175, 180, 183, 198, 229, 231, 239, 246, 286

espalhamento 274, 277, 280, 281, 283, 285, 286, 287, 288, 289

especialista 257, 262, 267, 297

estratégia 14, 38, 39, 40, 41, 42, 47, 48, 49, 52, 53, 55, 130, 131, 161, 215, 289

esvaziamento 122

excesso 74, 102, 115, 246

experiência 14, 19, 20, 23, 34, 38, 44, 56, 68, 69, 73, 104, 113, 118, 119, 120, 121, 122, 150, 151, 157, 158, 159, 161, 164, 165, 166, 182, 193, 194, 196, 206, 216, 230, 234, 256, 258, 261, 264, 265, 266, 267, 268

exposição 21, 33, 110, 122, 277, 287, 289

F

Facebook 14, 16, 17, 31, 129, 130, 132, 136, 137, 139, 143, 153, 255, 274, 275, 276, 278, 279, 280, 282, 284, 285, 287, 288, 289, 290, 291, 292

facticidade 36, 43, 45, 46, 49, 51, 52, 53

feminismo 16, 129, 131, 132, 134, 136, 139, 143, 145, 146, 148

Fotografia 17, 127, 199, 226, 231

H

hidroxicloroquina 17, 274, 278, 279, 281, 283, 285, 286, 289, 291

I

ilês 14, 57, 66, 67, 68, 71

imagem 21, 23, 24, 47, 51, 119, 134, 135, 136, 141, 143, 194, 195, 202, 203, 229, 231, 232, 233, 234, 235, 239, 246, 247, 248, 288, 297

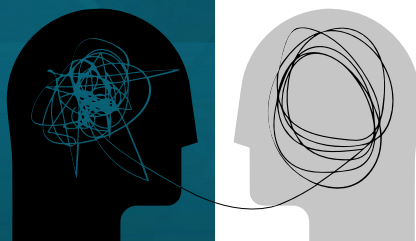
imaginação 17, 182, 226, 231, 236, 237, 238, 242, 244, 247, 248

imaginação terrestre 17, 226, 231, 236, 238, 244

indígenas 17, 86, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 227, 228, 230, 236, 238, 241, 242, 246

infodemia 274

informações 20, 23, 24, 26, 27, 29, 33, 34, 35, 45, 63, 82, 150, 173, 184, 188, 190, 191, 274, 275, 276, 277, 279, 280, 289



Instagram 17, 133, 137, 139, 140, 274, 275,
278, 279, 280, 285, 288, 289, 290, 291

instâncias 34, 213, 239

Instituições 14, 38

interesse público 14, 20, 21, 22, 23, 24,
25, 28, 29, 30, 34, 35, 38, 39, 44, 45, 46,
52, 227

interpretar 41, 239

intimidade 120, 121, 126, 136, 234, 235,
237, 238, 241, 245, 247, 248

J

jogador 153, 154, 155, 156, 157, 158, 160,
161, 162, 164, 165

jogo 16, 138, 150, 151, 152, 153, 154, 155,
156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164,
165, 166, 235, 247

L

Liberdade 115

Limitações 268

linguagem 51, 60, 62, 63, 100, 105, 182,
188, 239

luta 115, 209, 210, 213, 228, 229, 234, 238,
241, 242, 247

M

memória 16, 41, 60, 169, 170, 171, 172,
173, 174, 176, 177, 178, 179, 180, 181,
182, 183, 184, 185, 249

memória social 16, 60, 169, 170, 176, 181,
182, 184, 185

metagame 16, 149, 151, 152, 156, 157,
158, 159, 160, 161, 164, 165, 166

mídia 15, 17, 20, 22, 25, 26, 27, 33, 34,
35, 36, 73, 82, 99, 101, 154, 173, 192, 195,
207, 209, 273, 279, 297

mídia social 17, 273

motivações 210, 219, 234, 235, 246

N

narrativas 15, 33, 46, 53, 98, 99, 100, 105,
182, 183, 195, 230

natureza 17, 42, 50, 52, 71, 102, 145, 160,
170, 171, 177, 188, 228, 229, 230, 231,
235, 236, 237, 238, 241, 245, 246, 247,
249, 297

Negócios 17, 256, 257, 258, 259, 260, 261,
263, 265, 266, 267

neoliberal 15, 112, 114, 117, 123, 125

norma 43, 53, 91, 96, 137

O

Observatório 14, 19, 20, 21, 22, 28, 30, 31,
32, 33, 36, 38, 56, 169, 251, 293, 294, 296

organizações 21, 22, 25, 29, 42, 48, 54,
57, 58, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 187, 203,
266, 268

P

pandemia 13, 32, 274, 277

paradoxo 23, 24, 37, 117, 118, 120,
126, 237

particularidades 118, 276, 280, 289

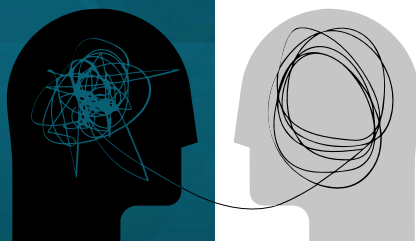
perfil 17, 26, 110, 153, 250, 251, 257, 261,
264, 268

performance 16, 113, 114, 116, 137, 141,
144, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154,
155, 156, 160, 162, 165, 166, 167

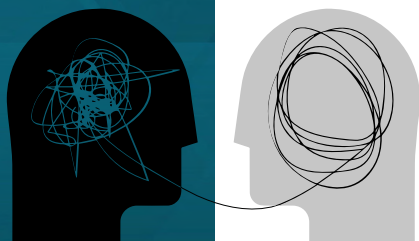
perícia 16, 150, 155, 156, 157, 158, 164,
165, 166

perspectiva 17, 21, 22, 25, 33, 43, 45, 46,
47, 48, 50, 51, 52, 53, 55, 58, 59, 62, 65,
66, 69, 71, 78, 87, 101, 114, 117, 118, 122,
126, 151, 170, 172, 175, 176, 177, 178,
181, 192, 193, 196, 203, 226, 230, 234,
235, 237, 238, 242, 255, 257

perspectiva simbólica 17, 226, 235



- pesquisa 13, 14, 18, 19, 20, 21, 25, 26, 29, 31, 32, 36, 37, 39, 52, 57, 75, 83, 131, 132, 138, 141, 143, 145, 150, 151, 152, 153, 156, 161, 187, 192, 195, 197, 198, 199, 200, 201, 205, 206, 207, 210, 221, 223, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 265, 267, 268, 275, 294, 296, 298, 299
Plataformas 275
pluralidade 68, 119, 188, 193, 214, 239
poder 15, 16, 24, 26, 27, 35, 36, 37, 43, 48, 49, 61, 68, 76, 77, 86, 88, 91, 92, 95, 99, 100, 101, 111, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 131, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 141, 144, 145, 146, 171, 173, 174, 182, 185, 187, 190, 213, 215, 235
poder capitalístico 16, 131, 132, 137, 141, 144, 145
polarização 274, 277, 280, 285, 286, 287, 289, 294
político 24, 27, 35, 39, 46, 59, 70, 91, 94, 95, 102, 190, 209, 214, 238, 249, 274, 285
Pornocultura 16, 129, 145
práticas 15, 20, 21, 22, 33, 35, 37, 40, 45, 48, 53, 54, 60, 68, 74, 115, 117, 119, 123, 138, 141, 147, 151, 156, 167, 170, 171, 173, 174, 175, 176, 178, 183, 184, 185, 188, 191, 195, 196, 201, 227, 229, 264, 275, 276, 296
Problemas sociais 208, 217
produto 15, 98, 100, 104, 108, 119, 145, 173, 200, 266
produto social 15, 98, 100, 104, 108
proficiência 17, 256, 258, 259, 261, 262, 263, 265, 267
profundas 239
psique 235
publicações 15, 22, 34, 190, 200, 252, 274, 275, 279, 283, 285, 286, 287, 288, 290
público 14, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 43, 44, 45, 46, 49, 50, 52, 57, 74, 103, 137, 140, 143, 227
- Q**
qualidade 20, 22, 24, 27, 33, 34, 65, 219
questões ambientais 17, 226, 227, 228
- R**
reconexão 15, 73, 75, 79, 80, 83
redes sociais 35, 130, 132, 134, 140, 231, 246, 275, 276, 278, 294, 297
Representações 16, 169, 170, 172, 174, 184, 185, 202
- S**
sagrado 15, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84
senioridade 17, 250, 251
sentido 34, 35, 36, 41, 43, 47, 48, 51, 53, 67, 69, 71, 79, 80, 83, 86, 87, 96, 100, 103, 104, 108, 109, 110, 115, 120, 121, 122, 142, 145, 151, 158, 166, 170, 178, 182, 183, 189, 193, 195, 197, 198, 201, 212, 214, 216, 228, 229, 230, 233, 234, 236, 237, 238, 239, 241, 242, 245, 246, 247, 263, 268
simbólico 41, 66, 67, 68, 99, 103, 111, 118, 154, 174, 188, 189, 190, 194, 230, 233, 234, 238, 247
sociocultural 58, 59, 209, 210, 234, 235, 246
- T**
telejornais 15, 98, 99, 100, 105, 110
Terra Indígena 211, 212, 242
terrestre 17, 226, 231, 236, 237, 238, 244
Territorialidades 214, 224
toque 118, 120, 121, 122
turismo 16, 186, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 201, 203, 204, 205



Twitter 17, 274, 275, 276, 278, 280, 284,
285, 287, 288, 289, 290, 291, 292

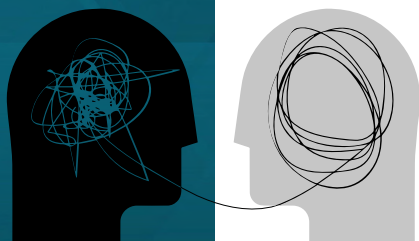
U

urbanidade 208

V

vida 40, 54, 59, 61, 66, 67, 68, 69, 80, 88,
100, 101, 102, 116, 117, 119, 133, 137,

147, 165, 166, 170, 171, 172, 178, 179,
188, 208, 209, 210, 211, 213, 215, 218,
219, 220, 222, 223, 227, 228, 242, 245
violência 15, 98, 99, 100, 101, 103, 105,
106, 107, 109, 110, 131, 141, 142, 220, 297
violência objetiva 99, 100, 101, 105
violência urbana 15, 98, 99, 100, 107, 110



ORGANIZADORAS
ANA TAÍS MARTINS
CAMILA FREITAS



**PESQUISAS
COMUNICACIONAIS
EM INTERFACE
COM ARTE, TECNOLOGIA,
RELIGIÃO, MEIO AMBIENTE**

| www.pimentacultural.com |

